

UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des
Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



Mémoire de Fin de Cycle

En Vue de l'obtention du Diplôme de Master en Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing Hôtellerie et Touristique

Thème

Le tourisme solidaire chez l'habitant **Cas de la wilaya de Tizi-Ouzou**

Réalisé par :

DIAL Kenza

HAMLAT Assia

Dirigé par :

Mr.ACHIR .M

Jury composé de :

Président: ABIDI Mohamed .M.C.B.UMMTO

Rapporteur : ACHIR Mohamed. M.C.B. UMMTO

Examineur: GHEDDACHE Lyes M.C.A. UMMTO

2021-2022

Remerciements

On remercie tout d'abord dieu le tout puissant pour la volonté et le courage qu'il nous a donné pour mener à terme ce travail.

*On exprime notre profonde reconnaissance envers monsieur **MOHAMED ACHIR** pour nous avoir fait l'honneur de nous encadrer et de nous avoir dirigés tout au long de ce travail.*

Nous tenons également à remercier les membres du Jury pour avoir accepté d'examiner ce travail et de l'enrichir par leurs propositions.

*L'aboutissement à la réalisation d'un travail est le fruit de toutes les années de formation, c'est donc à toute l'équipe pédagogique de **MHT** qu'on tient à rendre un vibrant hommage et à qui nous voudrions exprimer nos respects et grâces.*

Et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce mémoire on leur dit MERCI.

« La gratitude est la clé qui ouvre les portes du savoir »

ASSIA ET KENZA

Dédicace

Je dédie ce mémoire à....

A mes très chers parents, Grace à dieu et à ceux que je suis devant vous aujourd'hui, leur soutien sans faille, sans qui rien n'aurait été possible, tout au long de mon cursus vous représentez pour moi le symbole de la bonté par excellence, la source de tendresse, et l'exemple du dévouement qui n'a pas cessé de m'encourager et de prier pour moi. Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai toujours eu pour vous.

Rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être.

A mes sœurs et leurs maris et enfants et à mes frères. Ainsi qu'à mes cousines et mes cousins et à mes chères grand-mères KELTOUMA et DJEDJIGA et à toute la famille de proche ou lointaine.

A ma chère binôme, que j'estime beaucoup, KENZA et toute sa famille.

Je vous souhaite un très bon avenir, plein de joie, de bonheur, réussite et de sérénité, a tous mes enseignants, mes amies sans exception et tous ce qui m'aiment , ainsi que tous les étudiants MHT.....etc.

_ ASSIA _

Dédicace

Je dédie cet humble travail pour ma mère, qui à œuvre pour ma réussite, de son amour, son soutien, tous les sacrifices, et ses précieux conseils, pour toute son assistance et sa présence dans ma vie.

Oh toi ma mère reçois à travers ce travail l'expression de mes sentiments et mon Eternelle gratitude.

A mon père, à celui qui a fait de moi une femme que je suis devenu aujourd'hui. Avec ses principes, il m'a appris à affronter les hauts et les bas de la vie, à être loyal, honnête et travailleur.

A ma chère sœur Tina et mon cher frère Mohand, ainsi qu'à mon oncle et sa famille.

A ma chère binôme, que j'estime beaucoup, ASSIA et toute sa famille.

Je vous souhaite un très bon avenir, plein de joie, de bonheur, réussite et de sérénité, à tous mes enseignants, mes amies sans exception et tous ceux qui m'aiment, ainsi que tous les étudiants MHT.....etc.

_ KENZA _

Liste des abréviations

DL: Développement Local.

DD: Développement Durable.

OMT : Organisation Nationale du Tourisme.

SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

ZET : Zones d'Expansion Touristiques

AV : Agence de voyage.

Sommaire

Sommaire

Introduction générale	01
------------------------------------	-----------

Chapitre I : Généralité sur le tourisme

Introduction	04
Section 01 : Notion et typologie du tourisme	05
Section 02 : L'offre et la demande touristique	16
Section 03 : Le tourisme en Algérie	20
Conclusion	29

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

Introduction	30
Section 01 : Développement durable et tourisme durable.....	31
Section 02 : Evolution et consistance du tourisme solidaire	37
Section 03 : Le rôle de tourisme solidaire dans le développement local.....	53
Conclusion	60

Chapitre III : Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction	61
Section 01 : l'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou	62
Section 02 : Promotion de tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou	87
Section 03 : L'analyse des résultats de l'enquête	96
Conclusion	105

Conclusion générale	106
----------------------------------	------------

Bibliographie.

Introduction générale

Introduction générale

Le tourisme aujourd'hui occupe une place très importante dans l'économie nationale et internationale, en tant que source de création d'emploi, d'équilibre extérieur.... C'est une source importante de recette en devises, protection et valorisation des ressources touristiques, stimulation ainsi que le développement économique et social dont les stratégies de développement local qui occupent une place de plus en plus cruciale.

Nous trouvons dans l'activité touristique plusieurs formes comme le tourisme d'affaire, culturel, médical,...etc, qui participent tous au développement économique local ou régional et en général au développement humain,

Dans cette optique, le secteur touristique en Algérie a fait ces derniers temps de l'Algérie une destination touristique d'excellences à l'échelle mondiale. La variété des paysages (mer, montagne, désert....) et la diversité de l'originalité de sites incomparables font que l'Algérie est un pays riche en culture, art et histoire.

Le développement du tourisme national est un moteur de développement durable et de soutien à la croissance économique, car, le tourisme est devenu au fil des années un phénomène économique, social, politique et spatial dont l'ampleur est de plus en plus considérable.

L'activité touristique vise à tirer parti des potentialités environnementales, patrimoniales et culturelles d'un territoire donné. Pour cela on doit étudier les spécificités de territoire algérien. Le territoire algérien peut se diviser à partir de type du tourisme comme le tourisme saharien, montagne, balnéaires, culturelle.

En effet, la wilaya de Tizi-Ouzou renferme un potentiel naturel de par sa variété de ses richesses naturelles, elle est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays alternant entre un tourisme balnéaire (région côtière) et climatique (région de Montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale et archéologique indéniable. La wilaya dispose également d'un patrimoine archéologique et elle est réputée pour la diversité, l'originalité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers.

Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme balnéaire (région côtière) et climatique (Région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale et archéologique indéniable.

Le tourisme social agrège des opérateurs associatifs, des comités d'entreprise et des collectivités territoriales qui proposent, parfois selon des modalités d'accès particulières, différentes formes d'hébergement touristique. Ces opérateurs, souvent engagés dans des projets ayant pour finalité la mise en œuvre du droit aux vacances pour tous, ont parfois des difficultés à faire reconnaître leur spécificité au sein du champ général du tourisme. L'article tente de définir les contours du tourisme social et présente les éléments qui structurent les métiers du tourisme social et plus précisément ceux de l'animation.

En liaison avec leur rôle affirmé d'acteur de l'aménagement du territoire et du développement du tourisme, on notera la forte présence des structures associatives et sociales du tourisme est devenu très fréquent.

Les associations touristiques ont pour missions : Développer et faire promouvoir le tourisme de la région. Concevoir et élaborer des projets pour la promotion touristique (guide, brochures...) Etablir et mettre en place un plan d'action visant à la valorisation du tourisme. Elles sont d'un appui majeur pour le développement du tourisme de montagne, c'est ce que nous allons voir dans ce deuxième chapitre.

A travers des décennies, le tourisme a connu une progression continue tout en se diversifiant, jusqu'à devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde. De nos jours, le secteur touristique est au sommet voire même il dépasse les autres secteurs « Industrie pétrolière », cela n'est malheureusement pas atteint en Algérie, où il est encore dans un état embryonnaire.

En effet, dotée d'atouts touristiques incontestables et diversifiés, d'où la possibilité de devenir une destination touristique la plus favorisée, l'Algérie se doit de relever de ce secteur qui n'est plus un choix mais plutôt un impératif pour participer au développement des autres secteurs.

❖ **Problématique :**

Pour parvenir à notre objectif, la question centrale ci-après mérite une attention particulière :

Quelle est l'impact socio-économique de l'activité touristique sur le développement local ?

Pour arriver à reprendre a notre problématique, nous avons formulés les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 01 :** Le tourisme solidaire est un vecteur de développement local

- **Hypothèse 02** : La culture du tourisme solidaire enregistre un retard.

❖ **Structure du mémoire**

Notre travail est structuré en trois chapitres essentiels qui seront organisé de la façon suivante :

- Le premier chapitre est consacré à la présentation du tourisme en général avec ses différents axes : l'offre et la demande touristique en premier lieu, puis traiter l'état des lieux du tourisme en Algérie.
- Le deuxième chapitre porte sur le tourisme solidaire, traiter sa définition, son évolution, ainsi que son impact dans le développement territorial.
- Quant au chapitre III, renferme notre cas pratique qui consiste à traiter la réalité du tourisme solidaire au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou et son rôle dans la croissance du territoire tout en focalisation sur une étude d'un village touristique.

Chapitre I :

Généralité sur le tourisme

Introduction

Le tourisme est une activité touchant aujourd'hui le monde entier. Elle met en jeu des opérations de capitaux, de production et de consommation, de services et de transport, d'éducation et de formation. Dans cet environnement participe la dimension politique, sociale, culturelle et écologique.

Le propre de cette fonction est d'assurer la saturation des capacités disponible dans les limites de rentabilité préalablement fixées, à cet effet, l'étude de marketing et ses composantes doit être l'une des préoccupations des entreprises et des entrepreneurs.

Ce développement touristique exercera des effets en amont et en aval sur l'économie locale, régionale et nationale il exige la mobilisation de tous les centres de décision au niveau local, régional et national.

A travers ce chapitre nous essayons de présenter quelques éléments de base sur le tourisme.

Section 1 : Notion et typologie du tourisme

Dans la seconde moitié de 21ème siècle, le tourisme a connu un essor considérable avec le développement de l'industrialisation, il a été le témoin d'une évolution importante de l'activité touristique. Dans cette section, nous présenterons des définitions, et différentes types de touriste.

1.1. Historique du tourisme

Le marketing est né du développement continu de la civilisation industrielle. En tant que discipline des sciences du management, le terme émerge dès les années 20 aux Etats-Unis. Le concept ne sera utilisé par les professionnels du tourisme que vers 1950, en Europe. C'est en effet la que le tourisme est depuis longtemps le plus développé et que l'on s'est penché de façon systématique sur la commercialisation et la promotion du tourisme.¹

Le terme vient de l'anglais tourisme(1811), dérivant de tour signifiant voyage. Le tour ou voyage circulaire fait référence aux itinéraires des jeunes de l'aristocratie britannique.²

Ensuit les montagnes dès les alpes deviennent rapidement un territoire féerique et sublime aux yeux des Romantiques européens. Ce qui engendre une affluence des voyageurs, ainsi que le développement d'infrastructures et de produits touristiques.

1.2. Naissance de l'alpinisme et du thermalisme

Dans la première moitié du 18^{ème} siècle, en Suisse allemande, se forme un regroupement de passionnés de montagne. L'ascension n'est pas seulement pour eux un délassément ou une activité physique, mais une prière et une forme de sagesse. La montagne leur apparait comme un paradis terrestre, y compris dans ses parties les plus élevées.

La première ascension du mont Blanc est accomplie le 8 août 1786. Le docteur Michel Gabriel Paccard et son guide Jacques Balmat sont les premières à marcher sur le sommet de la plus haute montagne des alpes. Cet événement majeur marque le début de l'histoire de l'alpinisme moderne et fait entré la haute montagne dans l'imaginaire collectif. Désormais, les alpes se transforment graduellement en terrain de jeu pour les Européens.

¹ ROBERT LANQUAR, ROBERT HOLLIER, « *Le marketing touristique, La mercatique touristique* », EDITION que sait-je, édition l'organisme, Paris, 1996, p05

² WASSILA IGUERGAZIS DOHMOUN, « *Développement durable et tourisme durable : la nouvelle stratégie de l'Algérie, dans international journal of Eco-cultural tourisme* », hospitalité planning and développement, volume 4, n°1, 2021, p95.

Le Tourisme a connu un essor continu, et sert à diversifier de plus en plus, c'est ainsi que le tourisme est venu occuper une place dans beaucoup de pays. L'apport de ce secteur à la croissance n'est pas des moindres importances : c'est une source de revenus et de recettes en devises appréciables, mais également de grands gisements d'emploi potentiels.

Le tourisme est un moteur de développement économique dans quelque pays, mais il est générateur de grand nombre d'investissement sous forme de construction, conduisant ainsi à u développement urbain.

1.3. La notion de tourisme

Le tourisme constitue l'un des piliers de l'économie d'un grand nombre de pays dans le monde compte tenu de sa contribution, à l'impulsion du processus de développement national et international.

1.3.1. Définition du Tourisme

Il existe une multitude de définition de tourisme, bien qu'il n'y ait pas de définition normalisées et acceptées à l'échelle internationale.

G.CAZES considérer que : « *le tourisme est un phénomène nouveau qui n'a vraiment émerger dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Mais il a connu une expansion et une généralisation rapide dans la société comme un élément banal et naturellement constitutif de cette vie quotidienne* ». ³

1.3.1.1. Selon l'organisation mondiale du tourisme OMT

L'Organisation mondial de tourisme, estime que « *le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituelle pour plus de 24 heures mais moins de 04 mois. Dans un but de loisir, un but professionnel (tourisme d'affaire) ou un but sanitaire (tourisme de santé)* ». ⁴

La commission des Nations unies en 1993 précise que « *le tourisme est l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépassent pas une année, à des fins de loisir pour affaires et autres motifs* ». ⁵

³ Georges Cazes, « *Le tourisme international Mirage ou stratégie d'avenir* », Edition HATEIR, 1989, P 07.

⁴ ALAIN LAURENT « *caractériser le tourisme responsable facteur de développement local* » Ethiopie, mars 2003, P 08.

⁵ CHRISTOPHE DECHAVANNE ; « *Marketing touristique et hôtelier. Le Génie des Glaciers* » Editeurs, paris, 2014, P09.

1.3.1.2. Selon les nations unies en 1993

Définir et décrire clairement le tourisme comme « *une série d'activités les gens se déploient pendant le voyage et le séjour pas dans leur environnement habituel pendant un certain temps plus d'un an, à des fins de loisirs, d'affaires ou autres.* ».⁶

Il y a une différence entre le tourisme intérieur, le tourisme intérieur inclut le tourisme intérieur (*résidents visitant leur pays d'origine*) et le tourisme récepteur (*non-résidents visitant des pays autres que leur pays d'origine*), tourisme national, y compris le tourisme intérieur et le tourisme émetteur (*résident pays visitant d'autres pays*) et le tourisme international, y compris le tourisme récepteur et émetteur.

1.3.1.3. Selon le dictionnaire le petit LAROUSSE

- Voyage d'action, visitez un site web pour le plaisir ;
- Tous l'activité, technologies et heureux de rester, (*des techniques mises en œuvre pour les voyageurs et les séjours d'agrément.*).⁷

1.3.1.4. Selon l'approche systémique

Le tourisme joue un rôle national ou international transactions en capital, transactions de production et transactions de consommation par pays, institutions financières, entreprises, familles en un seul un environnement éloigné des dimensions politiques, sociales, culturelles et écologiques absent.⁸

1.4. Définition de Touriste

Pour l'OMT, un touriste est soit un visiteur ou bien un voyageur. Les visiteurs regroupent les touristes (*comptabilisés à partir des nuitées*) et visiteurs d'un jour (*les excursionnistes décomptés par questionnaires*).⁹

La notion de touriste est définir en fonction de motif et de la durée de déplacement, c'est d'ailleurs ce dernier critère qui permet de distinguer de touriste du l'excursionniste et de vacancières, le tableau ci- dessous explique la déférence entre ces dernières :

⁶ ALAIN LAURENT, « *caractériser le tourisme responsable facteur de développement local* », Ethiopie, mars 2003, P08.

⁷ Le petit LAROUSSE , dictionnaire encyclopédique illustré, P1019.

⁸ G.GUIBILITO : « *économie touristique et aménagement du territoire* », Edition Delta Spés. Suisse, 1983, P21.

⁹ Organisation Mondiale du Tourisme. Comprendre le tourisme : glossaire de base [en ligne].Disponible sur : <http://rcm.unwto.org/contrent/facilitation-tourist-travel>.

Tableau N°01 : Les catégories de visiteurs

Durées	Dénominations
Moins de 24 heures	Excursionniste
Plus de 24 heures et moins de 04 mois	Touriste
Au moins 04 jours et au plus 04 mois	Vacancier

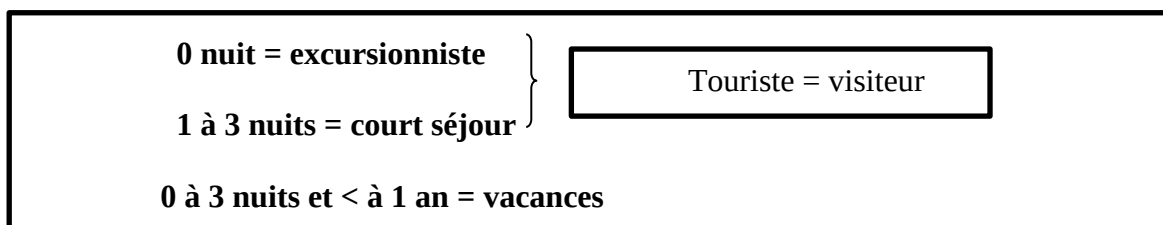
Source : TINARDY YVES : « *le tourisme : économie et management* », Ed science international, paris, 1994, p7.

1.5. Le visiteur

Toute personne qui se rend dans un autre pays que celui où elle a son lieu de résidence habituelle, pour toute autre raison que celle d'y exercer une profession rémunérée dans le pays même.¹⁰

Les visiteurs qui passent au moins une nuit dans un moyen d'hébergement collectif ou privé dans le visité, sont des touristes.

Figure n01 : La distinction entre touriste et visiteur selon le ministère du tourisme



Source : le ministère du tourisme

1.6. Excursionniste

Ce sont des visiteurs temporaires dont le séjour ne dépasse pas 24 heures et qui ne reçoivent pas de nuitée. On peut dire que le tourisme est l'acte de voyager, ou l'acte de voyager son plaisir, un lieu différent de celui où nous habitons habituellement, qui peut impliquer passer une nuit chez l'hôtelier et éventuellement réserver un titre transport. A l'origine uniquement lié aux loisirs et à la santé, le tourisme couvre désormais toutes les activités économiques que de leurs déplacements. Déplacements insolites (*transports, hôtels, restaurants, etc....*).

¹⁰ T.Yves, « *Le tourisme : Economie et management* », édition, Edicience international, France, 1994, P07.

2. Les acteurs de l'activité touristique

Il y'a tellement d'acteurs du tourisme qu'il est même difficile de les nommer. Acteur de cinéma implication directe et indirecte, faisant de l'industrie l'une des plus créateurs d'emplois.

2.1. Le voyageur

Un voyageur est quelqu'un qui parcourt plus ou moins un ensemble de zones loin de son domicile habituel. Dans la littérature de voyage, les voyageurs souvent contre les touristes, ces lieux devraient être visités d'une manière ou d'une autre en première lieu plus informé, plus intelligent et plus sensible que le second il s'agit évidemment d'un Express. En fait, les voyageurs ont des avantages objectifs sur les touristes, c'était sur le territoire avant lui.

2.2. Les tours opérateurs

Un voyageur est une entreprise qui produit des circuits finis, prise en compte des exigences des touristes et de leurs besoins. Ces produits les circuits sont en fait des circuits et des forfaits vacances, soit à vendre soit directement au bureau de l'agence de voyages, soit par l'intermédiaire de l'agence de voyages, distributeur de voyages, indépendant.

Selon Gérard Guib lato, « *le concept de voyageur repose essentiellement sur le concept économique des producteurs de voyages à forfait* ».

Par ailleurs, explique Béatrice de la Rochefoucauld, « *les voyageurs peut apparaître dans une agence de concessionnaire tout en vendant directement dans leurs propres institutions...* ». ¹¹

2.3. Les agences de voyages

Une agence de voyage peut être définie comme une entreprise commerciale, intermédiaires entre les clients et les prestataires de services de voyage et de services de voyage et de loisirs, recevez une commission sur les ventes qu'ils réalisent. ¹²

Le rôle des agences de voyages ne se limite pas à vendre des services, il y a aussi une valeur ajoutée due au contact direct avec les touristes, qui comprend une tâche d'information et une fonction de conseil pour faire face à la situation et précautions de voyage telles que (*validité du passeport, visa requis, permis de conduire le cas échéant*).

¹¹ B.De la ROCHIEFOUCAULD : « *L'économie du tourisme* », Edition Bréal, Paris, 2007, P30.

¹² F.VELLAS : « *Economie et politique du tourisme international* », Edition Economica ; P110.

D'une manière générale, l'agence de voyages est chargée de résoudre la particularité et la nécessité de chaque déplacement peuvent être problématiques spécifique à chaque type de client.

2.4. Les hébergeurs

Offres d'hébergement métropolies avec services le plus souvent déterminé par des normes ou des définitions nationales, régionales ou même nationales local. Deux secteurs coexistent : l'hébergement marchand et l'hébergement non marchand. Homme d'affaires exerçant une activité sociale ou associative. Cependant, il existe parfois des liens opérationnels entre les deux secteurs, comme suit intervention législative.

2.5. La restauration

A noter qu'une partie de la restauration collective concerne le monde du voyage (*réhabilitation de ressorts, maisons de vacances familiales, etc.*) en termes de statistiques du secteur, il faut souligner la difficulté d'appréciation l'importance des activités. Le concept de repas a des aspects très divers, allant de sandwich gourmand.¹³

2.6. Les activités du transport

Le transport n'est pas une activité caractéristique du tourisme et leurs domaines s'étendent à d'autres types de trafic, mais ils sont essentiels pour s'assurer que les visiteurs sont acheminés vers leur destination. Il faut donc signaler l'importance de la logistique qu'ils apportent aux activités touristiques.

Les prestataires de services engagés dans ces activités sont divers, à la fois dans leur la taille de l'économie est supérieure à sa zone d'intervention. Ces offres couvrent les besoins de transport aérien, maritime, fluvial ou terrestre, y compris il existe également divers téléphérique : téléphériques télésièges, télécabines.

Ces événements jouent un rôle essentiel dans les offres de voyage car ils se déroulent dans la dualité de la dynamique touristique principales variables spatio-temporelles, de plus, ces activités connaissent-elles les moteurs d'innovation technologique les plus forts : confort, rapidité, sécurité et capacité croissante. Les structure d'offres de transport est assuré dans le

¹³ J-P LOZATO-GIOTART (collectif) : « *Management de tourisme* », Edition Pearson 2012, Page 13.

cadre de sa mission et prend également en charge de grandes efforts technique et financiers de prévention des risques.¹⁴

2.7. Une destination touristique

Est un territoire qui peut lui-même être un produit touristique, c'est-à-dire autour d'éléments attractifs qui, dans leur ensemble, peuvent satisfaire (*activités et/ou expériences inhabituelles pour le touriste*) aux besoins de certaines touristes.

2.8. L'attraction touristique

Est-ce l'élément de la destination touristique qui attire (*ou repousse*) le touriste son environnement habituel. Ce sont les attractions touristiques qui génèrent du trafic voyagé. On peut considérer que les activités touristiques dépendent principalement de l'activité de la destination.

2.9. Zone d'expansion touristique (ZET)

Selon les termes 2 de la loi n°3-3 du 17 Février 2003 relative aux zones d'expansion, et site touristique, une zone d'exploitation touristique est définie comme suit :

Toute zone ou étendue territoriale de qualité ou de particularité la culture, les sciences humaines et la créativité sont propices au tourisme et propices à l'établissement ou développer des infrastructures touristiques pouvant être utilisées pour le tourisme développer au moins une, voire plusieurs formes de tourisme rentables.

3. Le produit touristique

Le produit touristique est le produit d'une combinaison complexe de dimensions spatiales (*géographie, économie, culture, etc....*), des échelles de temps de différents ampleurs (*loisirs, excursions, courts séjours, vacances*), des processus de production divers (*hôtels, restaurants, transport, etc. ...*) et des modèles complexes de relations (individuelles ou collectives, d'affaires ou non marchand).

¹⁴ SADI OUFFLA Fatma, MELLAL Nasser, Mémoire de fin de cycle, « *L'hébergement chez l'habitant vecteur de développement de tourisme solidaire en Kabyle : cas de village SAHEL* », 2020, Page 11.

3.1. Définition de produit touristique

Le produit touristique est un mélange d'éléments qui présentent un atout indivisible, seule la combinaison des facteurs de l'offre originale et des facteurs de l'offre dérivée permet de satisfaire les besoins touristiques.

Selon Béatrice de la Rochefoucauld estime que « le produit touristique est un mélange, un package très différents : soleil, plage, patrimoine culturel, restaurant de l'hôtel, transports, équipements sportifs... ».¹⁵

*« C'est un ensemble d'éléments tangibles qui procurent les avantages que certains recherchent un ou plusieurs des clients ou opérateurs donnés ont un marché cible. ».*¹⁶

Et selon KOLTER et DUBOIS : *« Un produit est tout ce qui peut être proposé sur le marché pour l'attention, l'acquisition, l'utilisation ou la consommation, cela inclut objets, science, personnes, lieux, organisations et idées ».*¹⁷

Un produit de voyage n'est pas une marchandise gratuite, même s'il est conçu avec des biens et services appartenant à différents secteurs. L'économie est l'objet d'une consommation continue. Ainsi dans sa globalité, le produit touristique est immatériel et en cela, il appartient à la catégorie des services.

3.2. Les spécifiés du produit touristique

Les produits touristiques ont des caractéristiques spécifiques qui influencent la stratégie sa commercialisation. Ces particularités sont les suivantes :

- Matériel et immatériel : *« un produit touristique est une collection éléments matérielles hébergement, repas, etc.... ».*¹⁸ et éléments immatériels (*l'ambiance, l'accueil, l'animation, etc.....*) ;
- Hétérogénéité des produits touristiques : cela signifie impossible offre les mêmes services touristiques, mais avec des différences dans les services touristiques qualité, même si la nature des prestations des offres reste constante ;
- Complémentarité des produits touristiques : *« une des caractéristiques le principe des produits touristiques est la complémentarité, en l'occurrence le produit le tourisme*

¹⁵ B. ROCHEFOUCAULD, « *l'économie du tourisme* », édition, Bréal, paris, 2007, P15.

¹⁶ G. TOCOQUER, « *marketing du tourisme* », 2eme édition, Gaétan Marin, Europol 1999, P153.

¹⁷ MOUSSAOUI, « *l'analyse de la situation d'un équipement touristique collectif* », INSIM, Tizi-Ouzou, juin 2007, P35.

¹⁸ G. TOCOQUER, « *marketing du tourisme* », 2ème édition, Gaétan Marin, Europol 1999, P154

consiste non seulement en un seul service, mais aussi en un ensemble de sous-produits complémentaires.

*Tous les biens et services complémentaires qui composent le produit sont nécessaires, le tourisme est de qualité égale. L'inconvénient d'un seul des services composants le produit entier peut affecter la qualité du produit final ».*¹⁹

- Rigidité des produits touristiques : *« Les produits touristiques sont des produits rigides. Etant donné que les offres de voyage sont ni amovibles ni stockables, les services de voyage sont consommables sur place, c'est-à-dire lorsque les touristes voyagent.*

*Les hôtels, aéroports et centres de loisirs de fin de saison ne sont pas autorisés à transiter voyager dans une autre région. Ils ne peuvent pas s'adapter aux besoins changeants l'espace, pas le temps. Cette rigidité joue un rôle particulier dans l'impact environnemental, infrastructures et équipements notamment dans les pays méditerranéens ou la concentration du temps et de l'espace est trop grande ».*²⁰

4. Les typologies de tourisme

La dernière décennie a été témoin de la fragmentation de l'industrie en accueillant le tourisme pour les voyageurs et les résidents locaux, cela donne une classification de plus en plus complexe par rapport à ce que l'on a ailleurs à savoir le tourisme balnéaire, le tourisme religieux, le tourisme urbain et rural ...(*nous appelé l'ancienne forme de tourisme*). Cette complexité a conduit à la naissance de nouvelles formes de tourisme, à savoir tourisme durable, solidaire et équitable, et tourisme social.

4.1. Le tourisme balnéaire

On l'appelle également le tourisme bleu, C'est le tourisme au bord de la mer. Cette forme de tourisme est la plus ancienne et la plus fréquente au monde. C'est la destination privilégie des touristes pendant la saison estivale.²¹

2.2. Le tourisme de montagne

C'est la forme de tourisme réalisée dans le massif montagneux, cette forme est également associée au tourisme sportif en raison de la prédominance des sports d'hiver, en

¹⁹ F.VELLAS, « économie et politique du tourisme international », édition, economica 2002, P93

²⁰ IMARAZENE Dahlia et MOUMOU Karima, « Le tourisme et la croissance économique en Algérie : évolution et causalité (Illustration des potentialités touristiques de la commune de tizirt »), Mémoire master en sciences économiques, université mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, promotion, 2018, P40

²¹ M.KHATTI: « les circuits touristiques, outils de valorisation des ressources d'un territoire »: cas de la wilaya de Tizi-Ouzou" . Mémoire de master ; Université de Tizi-Ouzou ; 2012-2013. P06.

hiver à savoir le ski. Il satisfait des attentes social complexes mais se tourne plutôt vers des formes et des éléments naturels, il résulte donc de l'adéquation entre des attentes socioculturelle et un environnement naturel et culturel globalement apte à les satisfaire.²²

4.3. Le tourisme d'affaire

C'est le tourisme lié au déplacement pour des raisons professionnelles, il comprend les congés et les réunions, mission, séminaire, foires, et autres meeting.²³

4.4. Le tourisme culturel

Est une forme de tourisme centré sur la culture et l'environnement culturel, les valeurs et les styles de vie, le patrimoine local est arts de spectacle, les traditions et loisir de la communauté d'accueil.²⁴

Exemple : fête de cerise à Larbaa Nath Irathen, la fête de bijoux à Ath Yani, la fête de tapis à Ath Hichem et le festival de la poterie à Maâtkaa...

4.5. Le tourisme religieux

Le pèlerinage sont une des plus vieilles formes de migration touristique, on l'appelle également le tourisme de foi, c'est le voyage vers un lieu sacré.²⁵

4.6. Le tourisme de santé

Il s'agit du thermalisme du climatique, de la thalassothérapie et certaines formes du tourisme religieux.

Cette forme a connu une grande évolution, le thermalisme a connu un grand essor dans les pays européens au 21ème siècle. Depuis une vingtaine d'années les stations thermales ont mené une vigoureuse campagne de rénovation et d'installation thermale et de l'hôtellerie et ont créé de nouvelles formules comme les cures de rajeunissement ou les séjours diététiques.²⁶

²² DEBARBIEUX B : « *tourisme et montagne* », édition Economica, Paris 1995, P90.

²³ « *Panorama du tourisme d'affaire* », disponible sur : bel uqtr. Ca. P 02.

²⁴ « *Le tourisme culturel : actualité et perspectives* » 1^{er} partie, disponible sur : [www.octgm.com/toolkit / tourisme – culturel](http://www.octgm.com/toolkit/tourisme-culturel), consulter le 14/06/2022.

²⁵ KHATI Henia : « *dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie* », mémoire de master en science économique, université de tizi ouzo, promotion 2011/2012, P08.

²⁶ <http://www.ihet.rnu.tn/download/TC%20formes%20du%20tourisme.pdf>.

4.7. Le tourisme rural

Est apparu quand les populations citadines possédaient des maisons secondaires en compagnes pour se reposer du milieu urbain, espace caractérisé par des nuisances et de stress.

4.8. Le tourisme durable

Est un mode de développement de l'industrie touristique qui préservé les ressources locales, améliore les conditions des habitants et l'intégrité culturelle de pays.

Le tourisme durable, relève aussi de la responsabilité individuelle des voyageurs : dans leur comportements, gestes quotidiennes et choix de prestataire et ou destination selon des cratères de durabilité.²⁷

4.9. Le tourisme solidaire

Une des formes de tourisme durable. Le tourisme solidaire propose des logements chez l'habitant et des séjours plus proches de la population, loin des sentiers touristiques traditionnels. Dont le but est de permettre une découverte culturelle autre et le développement des populations exclus de tourisme traditionnel.

4.10. L'écotourisme

Est un tourisme axé sur la recherche de contact avec la nature et les cultures traditionnelles. Ils cherchent à restreindre ses retombées sur l'environnement naturel et socioculturel.

4.11. Le tourisme saharien

Le Sahara est un espace très vaste, composé de plusieurs milieux naturels qui offrent des potentialités touristiques indéniable consolidées par une civilisation ancestrale qui lui confère, tous les atouts d'une région touristique par excellence.

Sa variété, sa diversité, sa grandeur, son histoire, sa culture, sa biodiversité, sa nature diverse, ses artisanats, ces sites, ses costumes variés et couleurs multiples...ont offert à la région des potentialités et des curiosités touristiques exceptionnelles.²⁸

²⁷ « Définition –définition/ tourisme durable », disponible sur : www.tourisme-durable.org, consulter le 14/06/2022.

²⁸ HAROUAT Fatima Zohra : « comment promouvoir le tourisme en Algérie ? »Mémoire de master en marketing des services, l'université Abou Belkaid Tlemcen, 2011, P21.

Section 2 : L'offre et la demande touristique

Pour pouvoir comprendre le phénomène du tourisme, il est nécessaire de bien cerner le concept de l'offre touristique et celui de la demande touristique.

1. L'offre touristique

D'après avoir définir le produit touristique, il est important de définir aussi l'offre touristique, constituée de ses produits.

1.1. Définition de l'offre touristique

L'offre touristique est l'ensemble de biens et services touristique pouvant être présentés sur le marché à un prix donné. C'est : l'ensemble de composite, de biens matériels et prestations immatérielles (*climat, culture, valeurs morales....*) pouvant satisfaire la demande potentielle des consommateurs.²⁹

1.2. Les caractéristiques de l'offre touristique

- Les produits touristiques sont complémentaires : la consommation du touriste porte non pas sur un service particulier mais sur un ensemble de prestations complémentaires la complémentarité conditionnel qualité globale de l'offre et l'insuffisance d'un seul service peut remettre en casuel qualité de l'ensemble des services ;
- L'offre touristique est variée et ceci est dû à la variété de la demande touristique elle-même (*les types d'hébergement, les modes de transport, les types de restauration*).
- Certains produits peuvent être substitués, par exemple ; pour voyager, le touriste peut utiliser le train, l'avion, l'automobile...
- Les produits touristiques sont composites ou mixtes dans le sens où ils regroupent les biens matériels et des biens immatériels ;
- Les produits touristiques ne sont pas stockables et ils ne peuvent pas être expédiés, car ils sont produits et consommés en même temps et sur place d'où la nécessité du déplacement du touriste.

1.3. Les classifications de l'offre touristique

On peut classer l'offre touristique comme suit :

- **Ressources naturelles** : climat, soleil, la mer, la neige ;

²⁹ TASSA Ahmed : « thèse de Magister : zones d'expansion touristique : outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale », P34.

- **Ressources crée par l'homme** : les monuments, les arts, la danse, les cités, les musées, les festivals ;
- **Transport** : sans voyage, le tourisme n'aura pas de sens. Les moyens de transport rendent les zones enclavées accessible ;
- **Hébergement** : hôtellerie secondaire, les gites ruraux, les villages de vacances, les auberges de jeunes ;
- **Les équipements distractifs** : l'équipement sportifs, les équipements culturels, l'équipement de divertissements.

1.4. Les objectifs et rôle du tourisme

Le tourisme à des objectifs à atteindre, comme aussi il a un rôle important

1.4.1. Les objectifs

Le tourisme dispose de quelques objectifs qui sont :

- Réduire l'extrême pauvreté et la faim ;
- Assurer un environnement durable ;
- Diffuser les informations auprès les acteurs du secteur par :
 - La diffusion du message de ministre chargé du tourisme, par l'intermédiaire des médias.
 - L'organisation des conférences, séminaire, exposé d'universitaire sur le développement durable de tourisme ;
 - Lancement auprès des touristes, de compagne, de contribution volontaire afin d'aider au financement de projet visant à la réduction de la pauvreté ;
 - Distribution de support publicitaire spécialement préparé, sur les principaux sites touristiques ;
 - Publication d'édition spéciales ou de rapport sur le tourisme.³⁰

1.4.2 Le rôle

Le tourisme est secteur qui joue un rôle important non seulement dans ce domaine, une économie qui crée de la richesse et améliore la qualité de vie des populations des destinations touristique, il aide également à connecter les individus et traversez les communautés humaines à travers les cultures et les civilisations. Donc il a joué un rôle important en tant que « *facilitateur du dialogue interculturel* » (Bouchenaki,2006) d'un point de vue économique ,le tourisme est le secteur qui génère le plus de revenus, obtenez des

³⁰ www.voyageons-autrement.com/OMT/reduction-pauvreté.html.article

rendement plus élevés avec un investissement minimum dans les plus brefs délais il existe de nombreux pays et régions pauvres dans le monde qui ne possèdent pas suffisamment des ressources pour développer l'économie industrielle, et le tourisme est devenu des solutions pertinentes et rapides pour améliorer les conditions de vie et réduire la pauvreté.³¹

2. La demande touristique

La satisfaction des exigences de la clientèle touristique suppose la maîtrise de leur demande touristique.

2.1. Définition de la demande touristique

La demande touristique se définit simplement par l'ensemble des comportements, les façons de faire, les normes, les valeurs qui de façon consciente ou inconsciente orientent les touristes et visiteurs à consommer des prestations et services de l'activité touristique.³²

La demande touristique est la quantité des biens et service que les agents touristiques veulent et peuvent acheter à un moment et un prix donné.³³

2.2. Les caractéristiques de la demande touristique

2.2.1. La concentration spatio-temporelle

- **La concentration spatiale** : signifie qu'il y'a des endroits qui sont plus fréquentes que d'autres, la raison de cette concentration pouvant être soit la disposition d'équipement touristique naturels ainsi que le développement des moyens de transport et sécurité ;
- **La concentration temporelle** : la demande touristique augmente dans certaines périodes de l'année, les causes de celle-ci sont des causes climatiques, des raisons économiques.

2.2.2. L'hébergement

Ce qui fait l'hébergement de la demande touristique. C'est la variété des composantes de l'offre, ce qui émane de diverses catégories de gens.

Pour l'hébergement on a les hôtels, les auberges, les villages de vacances, pour ce qui de la restauration on a la gastronomie, typiques....et pour l'animation on a les casinos, cinéma, sport, divers...et pour le transport on a avion et train....

³¹ Wafaa Nasser, « *Développement local, construction territoriale et tourisme : le cas de Liban* » Economies and finances, université de Grenoble, 2011. French.p17

³² <https://www.étudier.com/dissertation/Analyse-De-La-Demande-Touristique/198656.html>, consulter le 21/06/2022, à 17:07.

³³ TASSA Ahmed, *Op.cit* P 34.

2.2.3. La sensibilité à la conjoncture économique et politique

Si la demande touristique n'est pas très affectée par les fluctuations de la conjoncture économique, elle est par contre extrêmement sensible à la conjoncture politique, plus précisément aux problèmes de sécurité : guerre, attentats.

2.3. Les facteurs de la demande touristique

Il existe 05 facteurs qui déterminent la demande touristique :

2.3.1. Les facteurs économiques

Ce sont essentiellement les revenus et les différents prix qui influencent la demande touristique. Il est prouvé par des statistiques que le taux de dépôt en vacances augmente avec l'augmentation du revenu mensuel.

2.3.2. Les facteurs démographiques

L'augmentation de la population constitue un facteur d'accroissement de la demande touristique dans les pays développés. En outre, caractéristiques telles que l'âge, le sexe et la catégorie des professions sociales influencent également ce besoin. En Europe, par exemple, les plus jeunes préfèrent les destinations méditerranéennes, et les indépendants sont ceux qui partent le plus en vacances. Habitudes de consommation des groupes à revenu élevé.³⁴

2.3.3. Les facteurs sociaux

On désigne par facteurs sociaux l'effet de l'initiation ou on essaie d'assimiler les modèles de consommations, des personnes de niveau de revenu supérieur. Actuellement, le fait de vivre dans une société plus intégrée et plus ouverte permet un rapprochement entre les peuples et aussi les classes sociales.

2.3.4. La disponibilité du temps libre

Système et génération de congés payés et réduction du temps de travail, C'est le facteur le plus important dans le développement du tourisme moderne. Cela permet à un nombre croissant de la population d'en bénéficier temps libre en vacances, principalement dans les pays développés.

³⁴ R.LANQUAR « *L'économie du tourisme* », PUF, Paris, 1983.

2.3.5. L'organisation et la promotion

Le tourisme, par son impact et son impact socio-économique, pousse les pays promouvoir et organiser les activités touristiques en surveillant les éventuels couts externes des activités touristiques grâce à l'aménagement du territoire, à la formation professionnelle et à la protection des consommateurs. De plus, la promotion du tourisme permet à ces pays de bénéficier d'impacts positifs voyagé.

Section 03 : Le tourisme en Algérie

Le secteur de tourisme est un secteur vital, et c'est l'un des leviers de rupture avec l'économie .Dépendance de l'économie algérienne aux hydrocarbures il convient de souligner que de nombreuses carences sont à l'origine des retards que connaît le secteur en Algérie. Promouvoir ce secteur nécessitera sans doute une réelle volonté politique, corriger le manque à gagner au budget alloué au secteur en libérant du foncier pour permettre maximiser les investissements, améliorer l'environnement des affaires, etc.

Concrètement, les défis à relever sont nombreux et il s'agit de renforcer l'héritage immatériel (*gastronomie, savoir-faire locaux, artisanat...*), patrimoine archéologique, augmenter l'attractivité de la ville.

Il s'agit aussi de redynamiser le tourisme intérieur, il faut donc partir de répondre aux exigences internes exigeantes et pressantes tout en soumettant des exigences externes faire face à une concurrence très rude en transformant la richesse de l'Algérie en produits touristes.³⁵

Le tourisme en Algérie est le vecteur économique du pays. C'est un événement pour les algériens et les personnes qui choisissent d'y passer leurs vacances, les étrangères qui viennent séjourner ici.

3.1. Les grandes étapes du développement touristique en Algérie

L'Algérie, située en Afrique du Nord, l'une des principales attractions touristiques ici le pays est le désert du Sahara, le plus grand désert de monde. Le tourisme Algérien a connu plusieurs étapes depuis l'Indépendance jusqu'à nos jours.

³⁵ WWW.UNWTO.org(office national de tourisme)

3.1.1. Situation de tourisme après l'indépendance

Après l'indépendance, l'Algérie a hérité d'une capacité estimée à 5922 lits répartis en tourisme balnéaire (50%), urbain (40%) et saharien (10%). cette répartition au lieu de cela, il répond aux besoins des clients européens, notamment français.

Le départ des colons a laissé les infrastructures dans un état de délabrement ; l'état ne permet pas qu'elles soient exploitées de manière raisonnable.

Les différentes périodes du tourisme en Algérie propices aux développements dans ce secteur sont :³⁶

- **Période 1962-1965** : Au cours de cette période, l'objectif principal des décideurs était gérer 5000 lits patrimoniaux et définitions dans la protection du patrimoine existant zone d'expansion touristique (ZET) ;
- **Période 1966-1975** : Promulguée par la charte du tourisme, première définition politique touristique les objectifs de ce document sont :
 - Apport en devises étrangères ;
 - Création d'emplois ;
 - Concentration des investissements.

C'est selon ces orientations que les projets d'investissement inclus la mise en œuvre de première plan national de développement se présente comme suit :

- **Plan triennal (1967-1969)** : le plan a été alloué pour créer 11 690 lits. A la fin de l'année 1969, seulement 2 736 lits étaient achevés, représentant 23% de projet ;
- **Le plan quadriennal (1970-1973)** : 14 840 lits devraient être construits durant cette période, en plus de retarder les objectifs du plan triennal.

A la fin de 1973, 9 220 lits d'hébergement ont été réalisés, satisfaisant tous juste des objectifs pré-planifiés ;

- **Période 1976-1985** : la charte nationale est promulguée en 1976, mettant l'accent sur le tourisme social, le tourisme saharien, l'hôtellerie urbaine et routière ;³⁷

³⁶ HEDDAR Belkacem « rôle socio-économique du tourisme : cas de l'Algérie », coédition : En.A.P-OPU-ENAL 1988.P57

³⁷ DOMBOUYA Kadia « Le tourisme un levier de développement pour le continent africain : cas de Maghreb » année 2020 /2021 P54

- **Période 1986-1990** : l'impact de la crise pétrolière et de la sécheresse est devenu de plus en plus fort, et l'Algérie a dû revoir sa politique touristique afin d'encourager l'apport de devises ;

Cependant, il convient de rappeler les changements successifs de la politique touristique et l'organisation du secteur de nombreuses modifications n'atteignent pas les objectifs fixés, en 1988, et à la faveur des réformes économiques, les entreprises de gestion touristique du secteur sont passées à l'autonomie ;

- **Période 1991-2003** : une libération plus large a eu lieu dans le but de revitaliser les secteurs public et privé. Durant cette période, les textes législatifs et mettre en place une réglementation pour mieux encadrer les activités touristiques, promouvoir l'investissement touristique. Aussi pendant cette période la période où la première chaîne hôtelière internationale a mis le pied marché algérien ;
- **Période 2001-2005** : cette période a été caractérisée par une volonté d'améliorer adopter une nouvelle vision sectorielle et des plans d'action à moyen et long terme. cette vision est basée sur environ 20 nouvelles zones nationales d'expansion du tourisme et plans de privatisation entreprise cotée. Depuis 2005, le développement des activités touristiques s'est plan quinquennal de soutien à la croissance (2005-2009). Planifier pendant cette période mettre en place un programme comprenant :
 - Soutenir le développement de 42 zones d'expansion touristique (ZET) ;
 - Exploitation des infrastructures administratives et des équipements informatiques ;
 - La ligne de crédit prévue pour le financement des projets prévus est de 3,2 milliards de dinars.

3.1.2. Politique nationale de tourisme algérienne

Les secousses de l'activité touristique enregistrées depuis 2002 devraient se consolider s'appuyant sur les cinq orientations du projet de territoire national présentées par le SNAT (*architecture planification territoriale nationale*) et évoluer vers des territoires durables, en créant l'impulsion au rééquilibrage territorial, au service de l'attractivité et de compétitivité territoire, mettre en œuvre l'équité territoriale et la gouvernance territoriale.

SDAT (*Schéma directeur d'aménagement du territoire*) fait donc partie intégrante du SNAT en 2025, instituée par la loi n° 02-01 du 12 décembre 2001, relative à l'aménagement du territoire et durabilité, pas le résultat ou le produit d'autres programmes, la SDAT a cinq objectifs principaux, à savoir :

- Faire du tourisme un des moteurs de la croissance économique ;
- Promouvoir des économies alternatives et la substitution des hydrocarbures ;
- Organiser des offres de voyage pour le marché national ;
- Donner à l'Algérie une dimension touristique internationale, en faire une destination phare d'excellence dans le bassin méditerranéen s'appuyant sur ces atouts de :
 - Participer à la création de nouvelles opportunités d'emplois et apporter une contribution significative l'économie générale de pays ;
 - Contribuer à l'amélioration de la balance des paiements principale (*balance commerciale, balance budgétaire, etc...*) ;
 - Stimulés par une réaction en chaîne, d'autres secteurs de l'économie ;
 - Stimuler l'intérêt pour d'autres secteurs (*agriculture, construction, industrie, artisanat, service*) ;
 - Considérer le tourisme comme faisant partie d'une approche transversale qui intègre différents secteurs facteurs (*transport, urbanisme, environnement, organisation locale formation*) et compte tenu de la logique de tous les opérateurs privés (*Algérien et pays étrangers*) et le public ;
 - S'aligner sur les autres stratégies de l'industrie et initier un dynamique niveau national dans le cadre de SNAT 2025 ;
 - Promouvoir l'intégration du tourisme et de l'environnement, il s'agit d'intégrer le concept de durabilité tout au long de la chaîne de développement tourisme (*combinaison de social, économique et environnemental*) ;
 - Valoriser le patrimoine historique et culturel, ce sont les éléments constitutifs du patrimoine territorial (*humain, naturel, climatique, histoire, etc.*) a établi son image, son attractivité, son positionnement et sa production ; Les touristes se déplacent produisent et consomment sur le territoire. Ce sont diversité et diversité des acteurs géographiques (*publics, privés, associatifs, etc.*) contribuer à la production touristique ;
 - Amélioration durable de l'image de l'Algérie les pôles attraction de tourisme(PAT) contribuent positivement à façonner l'image touristique de l'Algérie .l'Algérie compte 07 pôles d'excellence tels que : Centre d'attraction touristique de Nord-est ; Annaba, El Taref, Skikda, Guelma, Souk Ahras, Tbessa,
 - Pôles destination touristique centre Nord : Alger, Tipaza, Boumerdes, Blida ; Chlef, Ain defla, Médéa, Tizi ouzo, Boira et Bejaia ;
 - Centre d'attraction touristique grand sud : Hangar(Tamanrasset).

3.2. Potentialités touristiques de l'Algérie

Le tourisme en Algérie remonte aux années 1980 et un retour aux années 1990. 98% du développement de l'Algérie dépend des revenus des hydrocarbures, mais l'Algérie est plus concernée et a longtemps tardé à développer toutes les ressources et moderniser tous les secteurs dont le tourisme. Elle se caractérise par un potentiel géographique, historique et humain sous-estimé.

3.2.1 Facteurs clé de développement touristique

Il y'a plusieurs facteurs clés à considérer aborder le développement actuel du tourisme et son évolution future. Territoire, évoluant vers une zone pour devenir l'une des destinations les plus prometteuses il faut :

- Gérer une croissance dynamique : un doublement de la fréquentation touristique générera une pression considérable si l'on veut éviter de détruire des ressources dépendance de tourisme, il faut gérer correctement cette croissance ;
- Conservation et changement climatique : trouver plus de ressources financières pour soutenir la protection de l'environnement est un problème mondial, mais sa gravité varié d'un pays à l'autre.
- Le tourisme peut être un moteur pour une gestion plus durable des terres en fournissant une source de revenu supplémentaire ou suppléant responsable des agricultures bien gérer et des communautés rurales ressources naturelles. Le changement climatique est un problème majeur auquel l'humanité est confrontée viabilité à long terme du tourisme .parce que cela aura un impact sur le tourisme, qui est l'une des causes du changement climatique
- Diversification des destinations touristiques et des infrastructures : les destinations méditerranéennes ont des caractéristiques uniques pour le développement d'une gamme de produits qui complètent le tourisme déjà traditionnel du soleil et de la plage.

Des produits autour du tourisme de santé, des séminaires et congrès, des croisières, des villes ou de la culture font partie de l'offre touristique de la région la concurrence croissante entre les destinations méditerranéennes oblige les gens à explorer de nouvelles niches de marché capables de répondre aux préférences et aux exigences des consommateurs actuels. C'est ainsi que vous pouvez attirer de nouveaux segments contributeurs, d'une part, modifier la saisonnalité de la demande, d'autre part, augmenter qualité des produits touristiques.

- Amélioration de la gestion du tourisme et des ressources humaines : encouragement processus de décentralisation et améliorer la gestion locale du tourisme dans toutes ses régions composantes : aménagement du territoire et urbanisme, création de système d'information municipale et la possibilité de commander et d'afficher des produits et ressources touristiques, bien-être social, qualité environnementale.etc ;
- Meilleure promotion et marketing : planification, étude de marché, création d'image de marque, segmentation, évaluation des promotions et en particulier, une plus grande intégration dans les activités des technologies de l'information, c'est un facteur clé pour améliorer la compétitivité du tourisme la promotion et la commercialisation conjointes peuvent également constituer valeur supplémentaire il faut donc chercher à élargir le marché de la distribution et segments de marché, y compris :marché intérieurs, marché régionaux adjacents, marchés à moyenne et longue distance et communautés spécifiques telles que les ressortissants résidents étrangers.³⁸

3.2.2. Le tourisme durable

Le tourisme durable : y compris l'application des principes de développement durable à toutes les formes de tourisme. C'est donc un moyen d'assurer l'équilibre socioculturel et tout en favorisant le développement économique des destinations et des entreprises tourisme de plus, protéger, voire protéger, les ressources naturelles et le patrimoine culturel joue un rôle important dans les stratégies de promotion ressources et potentiel touristiques.

Le tourisme peut jouer un rôle important dans le développement durable ;c'est pourquoi le programme des nations unies pour l'environnement (PNUE)et l'organisation mondiale du climat, l'office du tourisme (OMT) souhaite encourager tous les pays à veiller à ce que leurs politiques et les actions favorables au développement et à la gestion du tourisme sont pleinement respectées principes de durabilité de même, les politiques de promotion du développement durable doivent pleinement intégrer les opportunités offertes par le tourisme de même, les politiques visant à promouvoir le développement durable, les opportunités offertes par le tourisme durable n'est pas une forme de tourisme unique ou spécifique.

Le tourisme durable n'est pas une forme distincte ou spécifique de tourisme. Ce sont toutes les formes de tourisme doivent ouvrir pour devenir plus durables revenir une industrie du tourisme plus durable ne se limite pas au contrôle et à la gestion des impacts négatifs du

³⁸ BELAID Hakim et LARDJANE Khaled « la promotion de tourisme dans les établissements touristique », année 2021.

secteur. C'est le résultat d'un effort de longue haleine qui nécessite un contrôle constant de l'activité, il suppose que des mesures préventives ou correctives sont prises si nécessaire obligatoires.

« *Le développement durable* ».le terme doit être utilisé pour spécifier les conditions de voyage, et non les types de voyage. Dans le tourisme, la croissance économique et la protection de l'environnement ne doit pas être vue comme des forces opposées : elles doivent aller de pair comme des aspirations qui peuvent et doivent se compléter. Les politiques et les actions entreprises doivent viser à accroître l'efficacité et réduire frais de voyage.

En terme simple, le tourisme durable peut être défini comme : « en tentant pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, rencontrer les touristes les professionnels l'environnement et communauté d'accueil.

Rendre le tourisme plus durable signifie tenir compte des impacts et des besoins dans la planification, le développement et la mise en œuvre des activités touristiques. C'est processus d'amélioration continue par conséquent, le tourisme durable doit :

- L'utilisation optimale des ressources environnementales qui constituent les événements essentiels clé du développement de tourisme, protégeant les processus écologiques fondamentaux et contribuer à protéger la biodiversité ;
- Respecter l'authenticité socioculturelle de la communauté d'accueil et protéger les biens (construire et vivre) et ses valeurs traditionnelles et contribuer à comprendre et tolérance intellectuelle ;
- Assurer une activité économique viable à long terme pour toutes les parties distribution équitable des avantages socioéconomiques aux parties prenantes, y compris l'emploi fournir des opportunités stables de bien-être et de services sociaux à la communauté d'accueil.

3.2.3 Contribution de tourisme à l'emploi

Le potentiel de création d'emplois du tourisme attire énormément l'attention l'intérêt pour les pays à fort taux de chômage les avantages sont doubles : d'une part les industries à forte intensité de main d'œuvre d'une part, et ces emplois d'autres part. ; Généralement non qualifié. Ainsi, le même investissement crée rapidement .plus de travail est effectué dans le secteur du tourisme que dans le secteur du tourisme que dans tout autre secteur d'activité il crée des emplois directement, mais aussi dans les industries qui lui fournissent des biens et des services de ce département.

La création d'emplois demeure la priorité absolue de l'industrie du tourisme. En effet, à cet égard, les voyageurs aident valablement de nombreux pays. Cependant, en réalité, si l'impact du tourisme sur l'emploi est certain, il est encore difficile à apprécier.

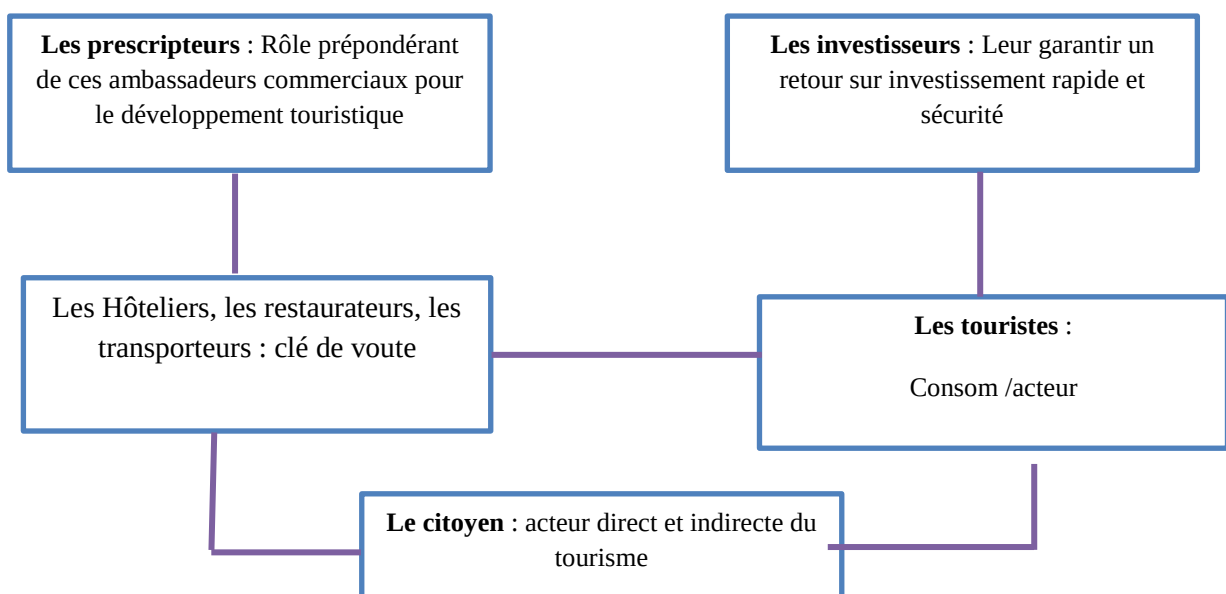
L'impact du tourisme sur le commerce international et sa place dans le commerce mondial, malgré sa relative stagnation, est important. On ne peut parler de tourisme sans prendre en compte son impact remarquable sur la balance des paiements, grâce au volume considérable des devises. L'influence du tourisme joue un rôle spécifique dans ce déséquilibre de la balance des paiements s'est atténué. En particulier, exporter les services de voyage peuvent atténuer les situations dans lesquelles les déficits ou les excédents d'équilibre commercial.

Il semble que le tourisme ait un poids indéniable dans l'économie de différents pays (production, consommation, emploi, monnaie, etc.). Les avantages qu'il offre. Le tourisme peut jouer un plus grand rôle dans ce si des mesures appropriées sont prises pour promouvoir la croissance et le développement de pays, d'autres secteurs comme l'agriculture, la pêche ou l'industrie légère. Le tourisme peut créer beaucoup de travail indirect, notamment dans l'agriculture, l'agroalimentaire, le commerce alimentaire et artisanal, transport, distribution et divers industries légères locales.

3.2.4. Les acteurs de tourisme en Algérie

On va présenter les cinq acteurs de tourisme en Algérie sous forme de schéma ci-dessus ;

Figure n°02 : Les 05 acteurs et partenaires, du tourisme en Algérie



Source : SDAT 2025, livre2 : les cinq dynamiques et les programmes d'action touristiques prioritaire. P09

4. Critères de classifications du tourisme

Le tourisme n'est pas clairement classé selon plusieurs critères :

Si on prend les saisons comme critère, on parle de tourisme d'hiver et de tourisme d'été ou bien estival. S'il s'agit d'une destination, on distingue le tourisme national et le tourisme international, ou tourisme balnéaire, tourisme saharien et tourisme de montagne.

Parce que nous pouvons niveau de vie ou d'éducation auquel il appartient. Si c'est le critère de l'âge, on évoque aussi le tourisme du troisième âge réserve.

L'organisation mondiale du tourisme (OMT) propose une classification basée sur des raisons visite :

- Loisirs, détente et vacances ;
- Visiter parents et amis ;
- Raisons commerciales et professionnelles ;
- Médical ;
- Religion et pèlerinage ;
- Autre.

Les loisirs, la détente et les affaires sont des raisons de voyager à l'Algérie. Le nombre de touristes étrangers en 2007 est divisé par motifs :³⁹

- **Loisirs** : 326000 personnes-temps, représentant 64 % du nombre total de touristes étrangers ;
- **Affaires** : 153000 touristes, soit 30% du nombre total de touristes étrangers ;
- **Voyager d'affaires** : 32000 touristes, 6% du total des touristes étrangers.

La croissance des arrivées de touristes étrangers devrait stimuler pour année 2007, les loisirs et la détente dominant, représentant 64% du nombre total de touristes étrangers.⁴⁰

Evaluer le nombre de visiteurs, la région, le type d'hébergement ou à l'intérieur d'un pays, deux unités de compte sont également utilisées l'arrivée et la nuit.

L'arrivée correspond à un séjour dans un lieu défini. Cependant, cette notion souvent utilisée dans les statistiques internationales, où il existe des contrôles des frontières bien différentes de celles des touristes. Ainsi, deux régions d'un même pays le nombre d'arrivées

³⁹ Le schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT), livre le diagnostic : audit du tourisme Algérien, P32, janvier 2008.

⁴⁰ Le schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT). Op.cit, P33.

d'un même touriste dans ces deux régions sera comptées séparément au cours d'un même séjour. Et au niveau national, les mêmes touristes ne seront pas par exemple, il n'y a qu'une seule origine des personnes qui sont arrivées en Algérie. Voici pourquoi c'est difficile agréger les arrivées locales au sein d'un même pays, en évitant le risque de double comptage le risque augmente avec la taille du pays.

D'autre part, il y a les nuitées (*une nuit équivalant à une nuit pour les touristes*) l'avantage de ne pas provoquer de double comptage et de constituer des statistiques plus facile à manipuler. En fait, la durée du séjour varie d'un endroit à l'autre touriste ou leurs motivations.

En 2013, l'Algérie a accueilli 2733887 touristes, une augmentation d'une année sur l'autre, une augmentation de 15,67% par rapport à 2010, dont 901642 étrangers, soit une augmentation de 37,66% et le reste a augmenté de 5,49% ce qui est lié aux Algériens vivant à l'étranger.⁴¹

Conclusion

La qualité des biens et services demandés par les touristes est variés et concentrée dans certaines régions et périodes de l'année.

Le développement socioéconomique, l'augmentation des revenus, l'initiation, l'importance accordée par les Etats au tourisme et la disponibilité du temps libres sont des éléments qui déterminent l'importance de la demande touristique. L'activité touristique est sensible aux problèmes de sécurité.

L'offre touristique varie ses produits substituables et mixtes qui doivent être renforcé par une bonne formation qui permet la mise en place de produits touristiques de qualité.

⁴¹ BECHRA Zohra et YAZLI Louiza , « la valorisation du patrimoine culturel et sa place dans la promotion de l'activité touristique : cas des bijoux kabyles d'ATH Yenni »,Memoir de master en sciences économiques, Université Mouloud Mammri ,Tizi-Ouzou, 2014, P15

Chapitre II :

*Le tourisme solidaire comme levier de
développement territorial*

Introduction

Le tourisme de masse été au départ réservé à une Etile , il regroupait plusieurs fondements pour être un facteurs de développement d'où ses impacts négatifs'est pour cela que les pouvoirs publics mettent en place un certain nombre de mesures pour limiter ses déeivés.de ce fait il y a eu apparition d'une nouvelle forme de tourisme plus proche des territoires à savoir le tourisme solidaire, qui répond à une demande claire d'accès aux voyages pour un plus grand nombre de personne contribuent au développement durable des pays d'accueil, surtout à la communauté locale. Le respect de l'environnement naturel et du patrimoine culturel, la rencontre avec les populations autochtones qui accueillent, la pratique des principes d'éthique et solidarité.

Ce deuxième chapitre va tenter de décrire le tourisme solidaire afin de mieux maitriser ce concept il possède certaines particularité autour desquelles se positionnent de nombreux enjeux. Partir de cette analyse, certaines limites vont apparaitre. Le tourisme solidaire engendre lui aussi certaine difficulté qu'il convient d'énoncer. Ce n'est pas pour autant qu'il doit être remis en cause il s'agit simplement de montrer des forces et ses faiblesses à fin d'avoir une image complète de son fonctionnement.

Section 01 : Développement durable et tourisme durable

Face à la surexploitation des ressources naturelles liée à la croissance économique et démographique, le groupe de réflexion appelé le Club de Rome, créé en 1968, prône la croissance zéro et réunit scientifiques, économistes, responsables nationaux et internationaux, ainsi que des industriels de 53. Se traite aux problèmes complexes auxquels sont confrontées toutes les sociétés, tant industrialisées qu'en développement.

1.1. Les concepts de développement durable

C'est dans les années 1970 que les pouvoirs publics prennent conscience des dégâts causés par le tourisme de masse. Il existe une forte division entre les pays dits du Nord et les pays dits du Sud, ce qui donne une image négative du tourisme de masses.¹

Pour cela, un ensemble de critères a été pris en compte dans la planification des projets touristiques, les acteurs chercheront des solutions pour développer l'activité touristique intégrant la notion de qualité versus quantité.

En 1972, à Stockholm, la conférence des nations unies sur le développement (CNUED) donna naissance au programme des nations unies pour l'environnement (PNUE) et lança des problématiques environnementales dans les préoccupations politiques telles que la réduction de la pollution, le réchauffement climatique ou la déchirure de la couche d'ozone.

Le concept de « *développement durable* » est apparu la première fois dans un rapport de la commission mondiale pour l'environnement et le développement intitulé « Notre avenir commun » plus connu sous le nom de « *rapport Brundtland* » en 1987.²

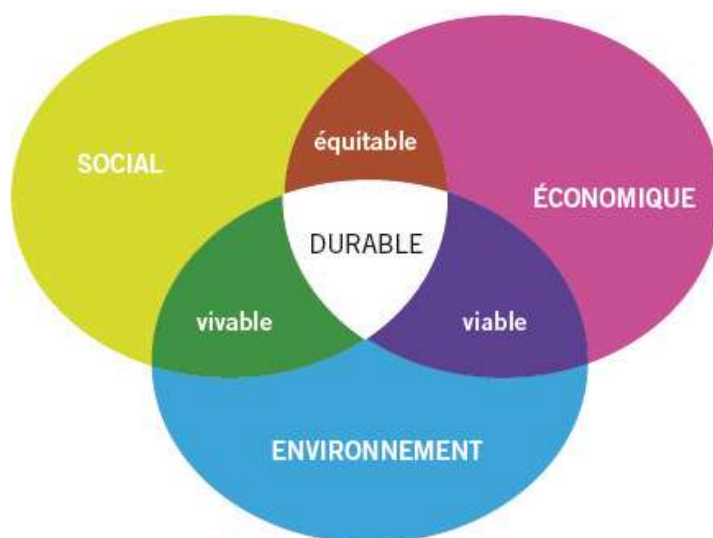
L'objectif de développement durable est de prendre en compte les trois piliers à savoir ; économique, sociaux et environnementaux.

Ce terme est depuis utilisé au quotidien et est représenté par le schéma suivant :

¹ UNESCO : « la mission de l'UNESCO est de contribuer à l'identification de la paix, à l'élimination de la pauvreté, au développement durable et au dialogue interculturel par l'éducation, les sciences, la culture, la communication et l'information », définition disponible à l'adresse suivante : <http://www.unesco.org/nex/fe/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>

² Rapport Brundtland, (disponible à l'adresse suivante : http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/sites/odysee-developpement-durable/files/5/rapport_brundtland.pdf) P40

Figure n°3 : schéma représentant le développement durable³



Source : Association adéquation

1.1.1. Les piliers du développement durable

1.1.1.1 Le volet environnemental

Face au changement climatique et à ses multiples conséquences sur notre planète, il est urgent de préserver, d'améliorer et de valoriser durablement l'environnement et les ressources naturelles.⁴

Parmi les nombreux moyens existants pour limiter leurs conséquences néfastes sur l'environnement, les plus connus sont les économies d'énergie et la réduction des déchets.

1.1.1.2. L'aspect social

Le capital humaine est jugé comme une ressource indispensable au bon fonctionnement de l'entreprise il faut ainsi prendre soin et considération les attentes des déférentes parties prenantes, il faut veiller aux bonnes conditions du travail, considérer le personnel.

1.1.1.3. Le volet économique

Il s'agit de trouver un nouvel équilibre économique qui soit habitable à long terme et qui ne compromette pas les autres aspects (*sociaux et environnementaux*).⁵

³ L'association adéquation ; (www.adéquations.org/spip.php?article517)

⁴ <http://www.3-0.fr/doc-dd/qu-est-ce-que-le-dd/tour-d-horizon-des-enjeux-des-3-piliers-d%C3%A9veloppementdurable.Préserver> l'environnement.

1.1.2. Les principes de développement durable

L'ensemble des principes du développement durable a été établi lors de la conférence de Rio en 1992.⁵

1.1.2.1. Principe éthique

Repose sur la défense et la promotion des valeurs universelles fondées sur les bonnes pratiques, l'éthique est le seul élément inutilisé et cumule tous les autres principes, repose sur le non dépassement des mœurs supérieures et le respect des bonnes conduites.

1.1.2.2. Le principe de précaution

Repose sur une vision interactive de la responsabilité, notamment à regard des générations futures, s'applique lorsque l'information et les connaissances scientifiques sur les effets des menaces sur l'environnement écologique ou humain sont imparfaites et portent sur des impacts irréversibles.

1.1.2.3 Le principe de prévention.

La prévention, contrairement au principe de précaution, vise à maîtriser les dangers avérés et à limiter leurs effets, en utilisant les meilleures techniques disponibles à un coût économique acceptable. Le principe de prévention est l'un des principes généraux du droit de l'environnement, implique la mise en œuvre des règles d'action pour anticiper toute atteinte à l'environnement.

1.1.2.4. Le principe de responsabilité

Notre connaissance et nos moyens nous rendent responsable de leur sort, l'impact de l'homme et de ses actions marquent la terre la nature est de plus en plus fragile est devient un objet de responsabilité.

1.1.2.5. Le principe de « pollueur-payeur »

Ce principe vise à imputer au pollueur les dépenses de prévention ou de réduction de la pollution qu'il aurait pu occasionner. Il a pour objet d'inclure dans les coûts de production, des opérateurs économiques, les coûts préjudiciables à l'environnement.

⁵ F.FLIPO : « le développement durable », Edition Bréal, Rosny, 2007, P69.

⁶ Idem

1.1.2.6. Le principe de participation et de transparence

L'information la consultation et la participation du public est une approche fondamentale de la prise de décision publique. C'est aussi un élément important pour rendre les opérateurs économiques et les citoyens responsables des conséquences de leur comportement et de leur décision.

1.1.2.7. Le principe d'amélioration continue

Vise les principes, les valeurs et l'engagement des ressources pour leur mise en œuvre, et vise une approche globale de la prise de décision et de la gestion avec des indicateurs et un processus d'évaluation.

Tableau n°2 : Les principes fondamentaux de tourisme durable⁷

Principes fondamentaux	Principes socioculturels	Principe économiques
Respect des paysages	Protection des cultures locales	Maitrise des investissements
Protection de la faune et la flore	Intégration des locaux	Expertise des impacts
Gestion qualitative de l'eau	Gestion paritaire du territoire	Planification budgétaire
Gestion de la pollution	Maitrise de l'emploi	Vérification périodique

Source : jean-Pierre Lozato-Giotar, Michel BALFET

En 1995, la Conférence mondiale sur le tourisme durable organisée par l'UNESCO et l'Organisation mondiale du commerce à Lazzarone a défini le tourisme comme un concept de développement positif respectant les trois piliers du développement durable, créant un concept adapté aux gouvernements, aux professionnels du tourisme et au tourisme durable pour les touristes eux-mêmes. .

Le tourisme durable n'est plus une forme de tourisme, mais un concept qui incarne des valeurs à intégrer dans le développement touristique.

⁷ J-P LOZATO-GIOTART et M.BALFET, « *Management du tourisme* », Edition 2004, p349.

1.2.1 Objectifs du tourisme durable

Le développement touristique durable répond aux besoins d'achat des touristes et des régions d'accueil, tout en préservant et en valorisant les perspectives d'avenir.

Gérer toutes les ressources d'une manière économiquement, socialement et esthétiquement nécessaire peut être atteints tout en préservant l'intégrité culturelle, les processus écologiques de base, la biodiversité et les systèmes vivants.

De cette définition nous pouvons tirer quelques objectifs du tourisme durable à savoir :

- Exploiter de façon optimum les ressources de l'environnement qui constituent un élément clé de la mise en valeur touristique, en préservant les processus écologiques essentiels et en aidant à la sauvegarde des ressources naturelles et de biodiversité ;
- Limiter l'impact de l'activité touristique sur l'environnement ;
- Respecter l'authenticité socioculturelle des communautés d'accueil, conserve leurs atouts culturels ;

1.2.2. Les indicateurs de tourisme durable

Les indicateurs de tourisme durable sont répartis en indicateurs environnementaux socioculturels et économiques.

1.2.2.1. Des indicateurs environnementaux

Les indicateurs environnementaux peuvent être considérés comme des indicateurs fondamentaux de l'origine des démarches de développement durable pour les recherches de terrain avec les pays partenaires. La recherche a permis de hiérarchiser et de catégoriser les indicateurs les plus pertinents parmi un ensemble d'indicateurs environnementaux qui ont été utilisés à travers les politiques de développement durable :

- Indicateurs de traitement des déchets ;
- Indice de consommation d'eau ;
- Indice de protection de cercle différent.⁸

1.2.2.2 Indicateurs socioculturels

▪ Des indicateurs sociaux

⁸ F.VELLAS : « Grille de lecture des projets touristique a partir des indicateurs de tourisme durable », Acting for life,2011,p10

L'impact social du tourisme est l'un des principaux enjeux du développement durable. Alors que le tourisme est une source importante de revenus, certains types de croissance des arrivées de touristes ont documenté un certain nombre de problèmes qui remettent en question les modes de vie traditionnels, la spéculation financière, l'insécurité et les violations des droits de l'homme.⁹

Dans cette optique les indicateurs sociaux doivent permettre d'évaluer dans quelle mesure les projets touristiques peuvent s'insérer dans le milieu et les habitudes de vie des populations locales, de manière à ce que le tourisme s'intègre aux autres secteurs d'activité économiques et bénéficie directement au développement social et humain.

▪ Des indicateurs culturels

Leur objectif est d'inclure l'aspect culturel du développement comme l'un des aspects essentiels du tourisme durable. En effet, il est fondamental d'inclure les aspects culturels dans l'évaluation du développement touristique, notamment du point de vue de son intégration dans la société.

1.2.2.3. Indicateurs économiques

Les indicateurs économiques doivent montrer la relation entre les projets touristiques et le développement économique afin de répondre aux critères de durabilité, c'est pourquoi les seuls indicateurs de taux de croissance, de chiffre d'affaires à valeur ajoutée et de rentabilité du secteur CHR (*café, hôtel, restaurant*) sont suffisants pour être en mesure d'évaluer la durabilité d'importants projets touristiques qualitatifs par rapport à l'analyse de la croissance.

Face à cette prise de conscience des effets négatifs que peut engendrer le tourisme, de nouvelles formes de tourisme ont vu le jour ; parmi ses formes de tourisme durable ou responsable, on a vu apparaître notamment le tourisme équitable ou le tourisme solidaire.

Toutes ses formes de tourisme alternatives ont en commun l'envi de mettre au cœur du voyage la population locale et l'environnement, tout en promouvant le tourisme comme facteur de développement, elles ont pour ambitions de proposer une nouvelle forme de voyage où le partage et le respect de la nature sont des éléments fondateurs. Nous avons privilégié l'étude du tourisme solidaire.

⁹ F.VELLAS. Op.cit p18

Section 2 : Evolution et consistance du tourisme solidaire

2.1. Evolution de tourisme solidaire

Le tourisme solidaire est né dans un contexte postcolonial dans les années 1950, avec l'émergence des premières formes alternative de tourisme visant à se rapprocher des réalités socio-locales.

Les voyageurs sont immergés dans des familles de la classe moyenne et selon les origines professionnelles des participants, bénéficient d'information et de pratiques spécifiques à leur domaine de compétence.

C'est dans les années 1960, au Sénégal, plus précisément dans le village de Casamance, qu'un français du nom de Christian Saglio met ses compétences au service de la population locale, l'aident à créer des structures d'accueil spécifiques et conformes aux traditions. Pratique locales et rythmes saisonnières.¹⁰

C'est grâce à cette expérience que les jeunes du village construisent des cabanes qui accueillent les touristes tout en respectant l'architecture locale les campements appartiennent à la collectivité villageoise, le prix est le même d'un village à l'autre, et les fonds sont intégralement reversés à la communauté : ils permettent à cette zone démunie de couvrir les frais de fonctionnement et générer des bénéfices pour construire des écoles, des pharmacies, et des maternités... dans un confort modéré. Mais dans un lieu de vie ordinaire, les visiteurs ont la possibilité de découvrir la vie quotidienne des villageois de Casamance, leur patrimoine et leurs nouveaux projets.

Depuis 1998, L'ONG Tourisme et développement solidaire a adopté une approche similaire pour soutenir la mise en place de projet de tourisme communautaire dans les villages d'accueil africains. A l'instar du tourisme alternatif, le tourisme solidaire a émergé après une période de décolonisation, par des groupes militants pour tisser de nouvelles relations avec la population locale.¹¹

De manière générale, il apparaît donc nécessaire de mettre en place d'autres formes de tourisme qui perturbent le moins possible le système social et économique du pays d'accueil, et est donc également qualifié de tourisme solidaire comme alternative au tourisme ». ce tourisme « alternatif » permettra de rencontrer, d'échanger, de découvrir d'autres cultures au

¹⁰ M.MIROGLIO : « promouvoir le tourisme solidaire en France », Master professionnel MITT2008,P09.

¹¹ www.tourisme-dev-solidaire.org

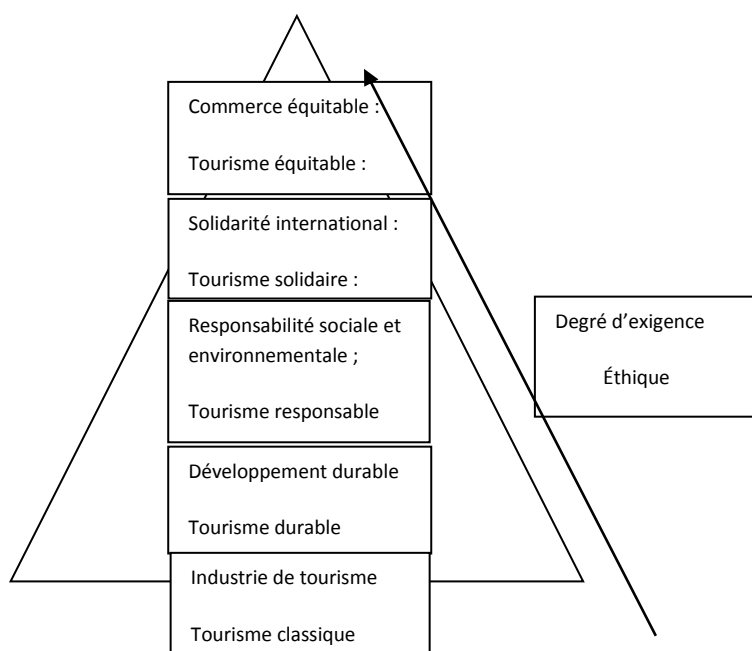
Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

centre de voyage, de faciliter la participation des habitants aux différentes étapes de projet touristique, et de répartir plus équitablement les ressources qui en découlent.

Parmi les nombreuses propositions d'un autre type de tourisme, on peut distinguer différents types de formules touristiques, inscrites dans une perspective citoyenne :

- **Le tourisme responsable** : Il est axé sur la connaissance des réalités locales, de culture et des modes de vie et aussi de la situation politique et sociale de tel ou tel groupe. Il alterne en générale activités culturelles et rencontres avec des acteurs locaux (association, projets sociaux).¹²
- **Le tourisme équitable** : Il s'inspire des principes du commerce équitable, il insiste plus particulièrement sur la participation de communautés d'accueil, sur les prises de décision démocratiques, sur des modes de production respectueux de l'environnement et sur une juste rémunération des prestations locales.
- **Le tourisme solidaire** : Il s'inscrit à la fois dans une perspective responsable et équitable, mais plus directement associé à des projets de solidarité : soit que les voyageurs soutiennent des actions de développement, soit qu'une partie du prix du voyage serve au financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social.

Figure n°4 : La pyramide des tourisms



Source : Bernard schéou « Du tourisme durable au tourisme équitable, quelle éthique pour le tourisme de demain ? » ; Edition broché, 2009

¹² Hall Normand, « *Ecotourisme, tourisme durable, tourisme responsable ou tourisme équitable ?* », L'Ere de l'écotourisme, Bulletin spécial produit par l'association québécoise pour la promotion de l'éducation relative à l'environnement (AQPERE) dans le cadre de l'année internationale de l'écotourisme 2002, hiver, P05.

Dans cette pyramide, le premier niveau le plus large est le tourisme classique ou traditionnel, tel qu'il s'est développé au XX^e siècle, dont nous avons évoqué les conséquences dans le premier chapitre.

Vient ensuite le deuxième niveau du tourisme durable qui vise à concilier les objectifs économiques du développement touristique avec la base de ressources nécessaires pour maintenir son existence en assurant un développement économique durable à long terme tout en respectant les ressources environnementales, socioculturel et respect des personnes, des touristes, des salariés du secteur et de la population du pays d'accueil.

Le tourisme responsable est une superposition de la volonté des acteurs du tourisme d'exprimer une attitude responsable. Nous parlons de la responsabilité sociale et environnementale des opérateurs qui souhaitent minimiser l'impact de leurs activités touristiques en prenant une série de mesures correctives.

Selon Bernard Scheu, c'est une expression d'une « bonne volonté », mais cette responsabilité dépend plus ou moins de la conception que chacun en a.

Le tourisme solidaire est une variante du tourisme durable où la solidarité est la valeur première et le premier moteur de l'événement est d'exprimer la solidarité avec les pays en développement. Le tourisme équitable est aussi un tourisme d'unité, mais l'unité doit être l'unité NORD-SUD, et les relations commerciales NORD-SUD doivent lui être équitables. Est donc aussi un tourisme équitable est donc aussi un tourisme solidaire, durable et responsable, mais pas l'inverse par conséquent, le tourisme équitable semble être la définition la plus stricte et la plus exigeante.

2.1.1. Définition de tourisme solidaire

2.1.2. Consistance de tourisme solidaire

« Le tourisme solidaire regroupe les formes de tourisme alternatif qui mettent au centre de voyage, l'homme est la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement des territoires. L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature et d'une répartition plus équitable des ressources générées sont le fondement de ces types de tourisme. ».

Cette définition a été élaborée en 2004 par un comité de pilotage constitué de nationale des associations de tourisme, des associations de tourisme solidaire et de leurs partenaires.

Un voyage solidaire est avant tout une opportunité de découvrir un pays, sa culture et ses populations.

Le voyage solidaire est aussi un choix de vacances (déficientes) dans un esprit de rencontre et d'ouverture. Cependant, les voyageurs doivent être pris en compte. S'il est en vacances. Le repos et le rajeunissement sont nécessaires. C'est pourquoi le parcours solidaire doit trouver un juste équilibre entre action solidaire, repos et découvertes.

2.2.2. Les caractéristiques de tourisms solidaires

Le développement d'un programme de tourisme solidaire et responsable repose sur une démarche qui est complètement construite à partir des ressources humaines, social, culturelle, économique, et environnementales qui forment l'espace de vie des communautés d'accueil. Elle engage la responsabilité de l'ensemble des acteurs impliqués : la population accueillent ; leurs intermédiaire et les voyageurs. Cette responsabilité se fonde en première lieu sur le respect des rythmes, des coutumes, des valeurs des habitants et de leurs environnements. Elles concernent aussi une redistribution équitable des revenus de l'activité.

Le tourisme solidaire s'inscrit dans une démarche de développement locale durable. Cette démarche requiert certaines conditions, parmi elles :

- une implication et une participation volontaire des populations d'accueil, permettant la maîtrise et la durabilité de cette démarche ;
- L'autonomie ou la forte implication des partenaires locaux pour l'organisation des voyages et séjours sur place ;
- La répartition équitable des bénéfices générés par l'activité,
- une capacité à engager des partenaires avec des intermédiaires (*notamment touristiques*) sensible aux démarches et valeurs proposés ;
- une information et une sensibilisation des voyageurs aux principes de la démarche et aux valeurs culturelles des communautés d'accueil ;¹³
- la prise en compte des problèmes environnementaux : gestion des déchets, préservation des ressources naturelles, etc.
- La mise en place de projets de développement déterminés avec les populations d'accueil et financés grâce à une partie du prix du voyage (*entretien des sources du village*,

¹³ Coopération décentralisée, « *Tourisme responsable et solidaire et développement des territoires* », vademécum, 2006, P24.

captage de sources, entretien des infrastructures, scolaires, sanitaires, des routes, chemins, sentier de randonnée, gestion des déchets, etc).

- Des opportunités de rencontre avec les populations locales : visitent à des associations, activités culturelles, logement chez l'habitant, séjours d'immersion.

2.2.3. Les principaux acteurs de tourisme solidaire

2.2.3.1. Les voyagistes et associations

Le tourisme solidaire doit être à l'initiative de population locale et dirigé autant que possible par elle, et n'existerait pas sans l'intervention des opérateurs. Et envoyer des touristes(*en petit groupes*) se renseigner sur les pays dans lesquels ils se rendent. L'opérateur finance également des initiatives de développement durable pour promouvoir le développement local, en compensant les émissions de CO2 du flux de touristes. Ou des zones qui sont encore en cours de reboisement. Certaines associations se concentrent uniquement sur la diffusion du réseautage, de la communication et du tourisme solidaire.

Dans ce contexte, nous pouvant citer quelque association :

- (ATES) l'association tourisme équitable et solidaire a été créé en 2006 Elle fédère des associations de tourisme solaire pour les fédérer autour des mêmes valeurs. Selon le site internet de l'association, ces objectifs sont de développer les marchés, de maintenir la structure du nord, de définir les filières et d'accompagner les acteurs du sud.
- (UNAT) la fédération national des associations de tourisme, créée en 1920 regroupe la plupart des associations, organisme d'entraide et autre sociétés à but non lucratif actives dans les domaines d'activité suivants : tourisme familial, vacances des enfants, tourisme des jeunes et tourisme solidaire.¹⁴

2.2.3.2. Les visiteurs

Appelés aussi consommateurs du tourisme solidaire, ils souhaitent sortir de leur quotidien pendant leur quotidien pendant leurs vacances et découvrir un monde de vie différent du leur, ces touristes se rendent compte qu'ils ont un impact positif ou négatif sur l'environnement et la population visitées : « *il faut en effet savoir que l'attitude de chaque touriste agissements et ses choix ont un impact à long terme sur les populations qui l'accueillent et sur le*

¹⁴ A.LADET « le tourisme solidaire vecteur de désenclavement des espaces ruraux dans les pays du sud »,Mémoire 2012-2013.

développement économique de pays qu'il visite »¹⁵. C'est pourquoi ils optent pour une forme de voyage plus responsable, minimisant ainsi au maximum les effets néfastes que pourrait avoir le tourisme. En plus des actions solidaires étant une option pour ce type de voyage, le touriste, connu dans le tourisme solidaire en tant que voyageur, a également des actions spécifiques lors de son séjour. En effets, il participe à la vie du village, il est placé dans l'habitat, il achète de l'artisanat local : de plus, il alimente l'économie locale de plus, ces voyageurs peuvent passer une journée ou une demi-journée à aider les villageois (construction de bâtiment, plantation etc.

Le rôle de voyageur est donc essentiel dans la mise en place et la réalisation de voyages solidaires : *« le touriste logement chez l'habitant, utilisant le transport locaux. Dégustant les plats préparé par les « mamas » du monde entier et achetant des souvenirs ou artisan qui viennent de le terminer, pourrait être une des sources de développement local les plus directe et les plus intéressantes »*.¹⁶

2.2.3.3. Les populations hôtes

Le rôle de la population interrogée est également important. En fait, en plus de développer le tourisme dans leurs villages, les gens gèrent également des programmes touristiques, accueillent les touristes et les intègrent dans leurs communautés par conséquent, les habitants du pays d'accueil doivent être ouverts d'esprit car ils accueillent des étrangers avec des valeurs et des coutumes différentes dans leur vie quotidienne.

Centralité populationnelle .les habitants sont au cœur de l'action à plusieurs titres :

- ils sont d'abord et avant tout impliqués dans la réflexion et l'élaboration du projet ;
- ils sont directement impliqués dans la réalisation du séjour ;
- ils bénéficient des activités suscitées par les activités touristiques et les projets de développement implantés dans la zone ;
- ils sont au cœur de la notion de voyage dont le sens première rencontre et la communication.¹⁷

Par conséquent les touristes doivent faire attention à ces groupes, afin que le voyage se passe bien et que la communication soit riche pour tout le monde. De plus, si le projet de tourisme

¹⁵ D.LADOURETTE « le tourisme solidaire », Edition petit futé, 2006, P11.

¹⁶ D. ELOY : « le tourisme en quête de sens » collection revue alter monde N°7, 2009, P18.

¹⁷ A.LAURENT : « tourisme responsable, clé d'entrée du développement territoriale durable », Edition Broché, 2009, P 101.

solidaire fonctionne, la population bénéficiera d'importantes retombées économiques et culturelles.

2.2.3.4. Les collectivités locales

Parmi les autres acteurs du tourisme durable et solidaire figurent les collectivités dites locales, qui occupent une place de plus en plus importante. Les collectivités locales de différentes tailles au nord et au sud peuvent intervenir pour promouvoir un tourisme plus respectueux des populations dans le cadre de projet de tourisme durable, et en maîtrisent les spécificités et potentialités locales, et à travers ce qu'elles peuvent avoir sur toutes les problématiques touchant leurs territoires la vision et les perspectives jouent un rôle particulière. Une étude récente sur le thème de la coopération économique décentralisée souligne que le tourisme rural joue un rôle important dans l'action de coopération au niveau économique du Maghreb.¹⁸

La participation de la collectivité locale comprend la promotion du tourisme et des projets durables dans le cadre de la politique de la ville. Le soutien et l'accompagnement des acteurs locaux pour proposer des projets, le renforcement de l'éducation et de sensibilisation des institutions par la communication et diverses activités ou la participation à un projet collaboratif international.

2.2.3.5. Les états et les organismes mondiaux

Les états notamment du sud, peuvent et doivent participer à des programmes de tourisme solidaire. En fait, ils doivent encourager ces projets parce qu'ils favorisent le développement ils peuvent distribuer des subventions, construire des routes et fournir des équipements, notamment informatiques, pour renforcer les échanges avec les pays étrangers ils peuvent également agir pour valoriser et protéger le patrimoine. Nécessaire au tourisme au nord, les états peuvent également promouvoir des projets visant à développer le sud. Organisations mondiales, certaines impliquées dans des projets de tourisme solidaire, telles que l'organisation mondiale du tourisme des Nations Unies.

L'OMT supervise les activités touristiques mondiales et considère le tourisme comme un élément important de l'éradication de la pauvreté, qui devrait bénéficier aux pays et

¹⁸ Horizons solidaires, coopération économique décentralisée Etat des lieux, AFD, MAE, CUF et CNER –juin 2013.

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

communautés d'accueil dans le code mondial d'éthique du tourisme.¹⁹ Autre la production de textes de référence. L'organisation mondiale peut notamment financer certains projets.

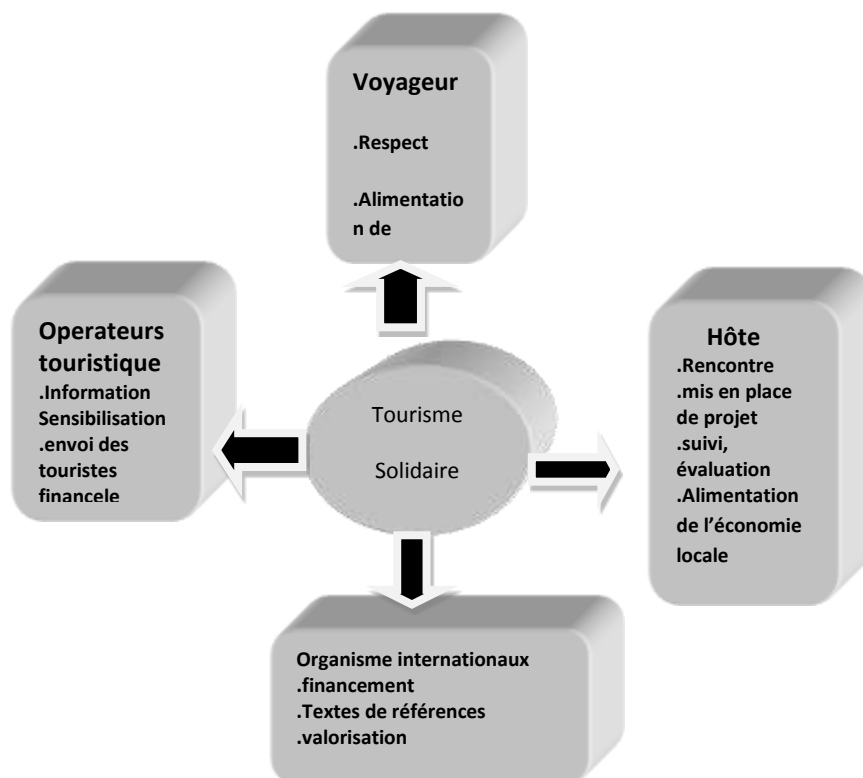
▪ Le rôle de ces acteurs

Leurs rôle est :

- D'apporter un double savoir-faire touristique (*expertise, conseil, formation,..*)Et d'aide au développement ;
- De commercialiser le produit ;
- De sensibiliser les voyageurs avant le départ et notamment les voyageurs indépendants sur les risques et les précautions à prendre pour respecter les habitants et l'environnement des endroits visités ;
- De rechercher des partenaires locaux, nationaux et internationaux.

Le tourisme solidaire est donc une organisation systémique, qui nécessite l'intervention et l'implication de différents acteurs, comme nous le montrée schéma ci-dessus.

Figure n°5: Le tourisme solidaire, une organisation systémique.²⁰



Source : aurélie Ladet, « le tourisme solidaire vecteur de désenclavement des espaces ruraux dans les pays du sud » ; mémoire de fin d'étude 2012-2013.p54.

¹⁹ <http://www.tourismedurable.org> Code mondial d'Ethique du tourisme disponible à l'adresse suivante, PDF

²⁰ A .LADET : « le tourisme solidaire, vecteur de désenclavement des espaces ruraux dans les pays de sud »

2.3. Les caractéristiques des personnes pratiquant le tourisme solidaire

2.3.1. Détermination d'un profil de touriste solidaire

Un portrait plus ou moins précis qui peut déterminer l'unité des visiteurs. Tout d'abord, l'origine de ces touristes, 'est pas très différente, la plupart d'entre eux sont originaires de pays occidentaux : pays de l'UE, ETAT-UNIS, CANADA.....et j'en passe.

Utilisation équitable des bénéfices de l'achat de touristes pour des projets de développement collectif prêtés aux pays visiteurs. Différents acteurs jouent un rôle clé dans la mise en place de projets de développement solidaire les ONG du nord jouent un rôle central car elles vont aider le sud par le biais du tourisme à développer l'économie tout en respectant le territoire et sa population au fil des années, de nombreuses association et ONG de tourisme solidaire se sont créées. Mais pour démontrer la qualité et la crédibilité de ces associations.

2.3.2. Le marché actuel du tourisme solidaire

Un rapport de l'OMT publié à l'issue d'une conférence internationale sur (*le tourisme et le développement pour les parlementaires*) a indiqué que le tourisme est un marché potentiel important pour les entrepreneurs locaux dans les pays en développement et peut être un facteur de croissance économique durable dans ces pays, mais la prémisse est fournir des produits de haute qualité et assurer un partage équilibré des ressources. Elle est source de diversification (*formelle ou informelle*) de l'activité économique, notamment dans les zones pauvres et marginalisées au patrimoine naturel (*animal et végétal*) et culturel, source d'emplois locaux directes et indirecte, et favoriser souvent l'emploi féminin. Ainsi, le développement d'activités touristiques durables peut contribuer à la réduction de la pauvreté, comme c'est le cas avec le développement d'autres secteurs d'activité.

Globalement le marché du tourisme solidaire représente désormais quatre à huit millions de touristes. Dans tout l'Europe, environ 5 à 10% des voyageurs partent en vacances à l'étranger. Mais les chiffres varient selon les pays. En France, l'ATES estime à 5 227²¹ le nombre de personnes parties en 2009. Concernant le tourisme responsable, par exemple, en 2010, l'association pour un tourisme responsable (ATR) recensait 25 000 voyageurs ayant acheté des prestations de du tourisme responsable auprès d'opérateurs certifiés, ce qui ne représente donc que 1% du marché du tourisme étranger, le marché du tourisme solidaire est donc encore très marginal.

²¹ <http://www.echoway.org/page2.php?rub=11&ruc=27&rud=16>

2.3.3. Le fonctionnement de tourisme solidaire

D'une manière générale, une association basée dans les pays développés cible les clients rémunérés du tourisme dans le nord, tout en soutenant techniquement les organisations de base dans le sud pour développer des options d'hébergement touristique et des projets de développement.²²

Selon le principe d'équité, le prix de l'itinéraire est comparable au rapport coût-bénéfice du prestataire du sud d'une part, et le financement de la rente de solidarité (2 à 15% du prix de voyage) d'autre part, avec une dotation moyenne de 40 euros par passager au fonds de développement, qui représente l'exploitation de 6% du montant, hors navigation internationale.²³

Le produit de voyage vendu est peu règlementé, Mais il est généralement conforme aux principes énoncés dans la charte de voyage spécifique à l'organisation. Le principe du tourisme solidaire est de mettre en relation les touristes et les résidents locaux en tant que prestataires et bénéficiaires d'activités touristiques. Ainsi, la production du tourisme solidaire associe trois types d'acteurs :

- Des associations du nord pour informer et sensibiliser, vendre des voyages solidaires et apporter un soutien organisationnel à la population du sud (*structures de groupe, appui à l'ingénierie de projet*) ;
- Les organismes du sud fournissent des services touristiques, formulent leurs projets de développement et réaffectent une partie des bénéfices des activités touristiques dans leurs projet de développement ;
- Les visiteurs sont directement ou indirectement impliqués dans le développement et sont censés se comporter d'une manière qui respecte les caractéristiques locales.

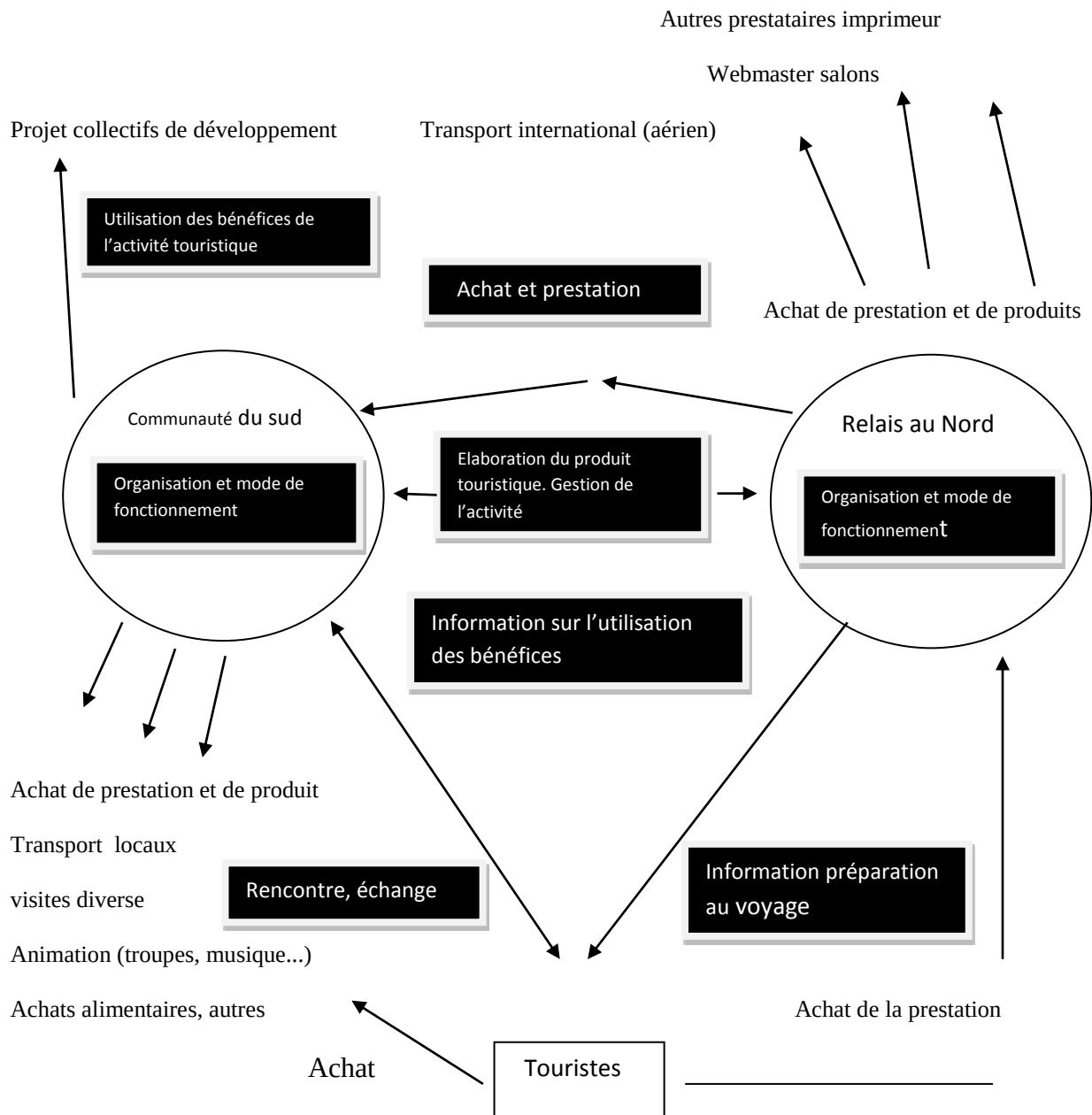
Ce qui semble innovant, ce sont les travaux menés pour promouvoir les projets de développement, le soutien à la structure collective des groupes d'accueil des touristes et le mode de construction des services touristiques. L'innovation se manifeste d'abord dans le processus de production touristique : coproduction avec tous les partenaires, dans le but de favoriser le développement économique, social et environnemental de la population du pays d'accueil.

²² MIROGLIO M Promouvoir le tourisme solidaire en France, l'émergence d'une nouvelle offre de voyages éthiques dans le secteur touristique face à ces défis, université Paris3-Sorbonne nouvelle.2018, P47

²³ MIROGLIO M, Op.cit, P48

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

Figures N°06 : Schéma récapitulatif des principes de tourisme équitable et solidaire



Source : Bernard Schéou

Légende : en blanc sur fond noir, les points sur lesquels portent les engagements impératifs de tourisme équitable.

Les autres points portent sur des engagements de progrès.

Ce schéma montre clairement la nature des interactions entre les communautés du sud et les opérateurs du nord alors qu'ils travaillent ensemble pour produire un voyage d'équité et de solidarité.

2.3.4 .Critères d'identification du tourisme solidaire

Une grille standard a été élaborée autour de 6 critères de base :

- Sensibiliser et informer les voyageurs, choisir de travailler avec des fournisseurs de services locaux et maximiser les retombées économiques locales ;
- Respecter et prendre en compte l'environnement ;
- Rencontre avec les riverains et les acteurs de la société civile ;
- Participation des agences de voyages aux projets de développement local ;
- La transparence de la gestion de la structure et de la répartition du prix du voyage.

L'ensemble étant conditionné par le fait que les populations locales et leurs représentants soient partenaires dès l'initiation du projet et conservent la maîtrise de l'organisation locale des voyages, du choix des projets de développement et de l'évolution de l'activité touristique.

2.3.5. Les engagements envers les voyageurs

Quel que soit la destination et le voyage (*randonnée, séjour au village, tourisme...*), une tournée solidaire a lieu :

- Bonne information avant le départ ;
- Petits groupe (2 à 10 personnes en moyenne), le plus souvent éloignés des grandes zones touristiques et des infrastructures ;
- Dans des conditions réellement avantageuses pour rencontrer et communiquer avec les habitants et les acteurs de la société civile ;
- En maximisant l'utilisation des ressources locales (*nourriture, transport, guides, etc.*) et en veillant au respect de l'environnement ;
- Par ailleurs, il est à noter que les départs de l'association permettent d'obtenir un rapport sur les activités de la structure et de participer à son congrès, cela facilite l'obtention d'informations transparentes sur la répartition des prix des voyages et démontre potentiellement la participation des voyagistes et leur impact sur le projet de développement.²⁴

Ce circuit immersif représente une belle opportunité de découvrir un pays, sa culture et ses habitants de différentes manières, trekking, circuits de découvertes culturelle, vivre au cœur d'un village, trekking, hébergement et séjour chez l'habitant, thématiques restez, les écologistes restent...

²⁴ [http // : www.crqnature.com/rapportactivites20042005](http://www.crqnature.com/rapportactivites20042005)

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

2.3.6. Les défis de tourisme solidaire

Le tourisme solidaire à des défis sociaux économiques, environnementaux et démocratiques qui sont représenté dans le tableau suivant :

Tableau n°3 : les défis de tourisme solidaire

Défis économique	Défis sociaux	Défis démocratiques	Défis environnementaux
- Créer des réelles activités de soutien au développement durable des territoires d'accueil. - Réinvestir les bénéfices dans des projets. - Convaincre le public d'essayer ce genre de tourisme. - Etendre les réseaux de distribution. - Inciter les opérateurs. - Expliquer au public le juste prix d'un voyage solidaire.	-Respecter des engagements impératifs. -impliquer des communautés villageoises. -Assurer un renforcement des capacités locales. -Sensibiliser les voyageurs à la démarche de TES, aux spécificités du pays et à la rencontre interculturelle.	-Impliquer d'avantages des voyageurs. -Favoriser la transparence sur les modes de décisions, les transactions financières et les projets de développement.	-Adapter des mesures contre le réchauffement climatique. -Adapter les infrastructures nécessaires. - Repenser les modes de transport et destinations. - Valoriser les ressources locales. -Favoriser les énergies renouvelables. -faire attention a préservé la biodiversité locale.

Source : Manuel Miroglio, consultant en tourisme solidaire, membre associé de l'ATES, « tourisme solidaire, défis et impacts d'une approche humaniste et novatrice de voyages » p 431.

2.3.7. Les Condition de succès de tourisme solidaire

Ces caractéristiques font du tourisme solidaire un outil solide et une source de richesse pour le développement territorial. Par ailleurs, la construction d'un tourisme solidaire dépend de l'expression de certains éléments qui peuvent résumer comme suit :

- Construire un équilibre dans les partenariats Nord /Sud(B.Shéou,2006).Un projet de tourisme solidaire basé sur un réseau de partenaires que ce soit national du international.
- Préparation et sensibilisation des voyageurs, ils doivent apprendre visitez un territoire et observez leur comportement. Devient aussi important communiquer les résultats du projet aux visiteurs pour rendre compte de l'importance des externalités positives et de leur engagement.
- Nécessite de fournir une formation aux membres fidèles du pays d'accueil(*en particulier les guides touristique*) agissent mieux en termes de soutien visiteurs et conversations.
- les projets de tourisme solidaire doivent assurer une activité économique Rentable et utiles à la société, les dirigeant vers trouver de nouveaux modèles pour étendre l'organisation territoriale le degré d'implication des acteurs dans le processus décisionnel (*population pas un spectateur passif, mais un participant et coorganisateur du projet développement local*).
- Un accent particulier est mis sur la pratique du suivi et de l'évaluation. étant donné que le tourisme est une activité transversale impliquant de nombreux domaines différentes fonction (*hébergement, animation, transport assemblage d'éléments, ventes,..*).²⁵

2.3.8. Le tourisme solidaire en Algérie

« Le tourisme recherche le contact humain et la chaleur d'une maison hospitalière ; il veut découvrir les cultures, les us et coutumes des gens, leurs richesses, leurs particularités, et avec nous, en plus de merveilleux attraits touristiques berceau comme le reste du monde, le tourisme alternatif est une forme de tourisme qui fait son chemin en Algérie. Le nombre de touristes étrangère en Algérie augmenté de 15% en 2016 et devrait approcher 1.6 milliard en 2020 ». ²⁶

Nous pensons qu'à travers le cas du tourisme de masse sur le littoral algérien en créant une activité touristique durable qui produit en sous-produit positif :l'emploi(à noter que les

²⁵ Manuel Miroglio, "consultant en tourisme solidaire, membre associé de l'ATES, « tourisme solidaire, défis et impacts d'une approche humaniste et novatrice du voyages »,P431

²⁶ Article du journal AL Moudjahid « tourisme chez l'habitant : une activité encouragée par les pouvoirs publics », publié le 24-02-2016 à 23H

dépenses touristiques constituent un potentiel de marché, notamment l'artisanat). Les revenus sont redistribués aux riverains, leur permettant de financer des projets locaux. Il est également important de préciser que le nombre de touristes dans la zone réduira le taux de pollution et la dégradation du site. Le tourisme solidaire assure également des contacts socioculturels, contribuant à améliorer l'image sécuritaire de l'Algérie, en particulier de la Kabylie.

Le développement de tourisme en Algérie est inscrit dans le schéma directeur de développement touristique (SDAT), qui vise à « *entrer dans le tourisme* » à l'horizon 2030 (direction générale du tourisme 2015). Les objectifs de la stratégie tendent à ériger le tourisme au rang de véritables industries créatrices d'emplois et de richesse nationale, notamment à travers le développement des investissements et de l'entrepreneuriat touristique, qui sont les pierres angulaires de la stratégie nationale du tourisme.²⁷

Des tournées de solidarité initiées par les habitants de certains villages d'Algérie en coopération avec des organisations extérieures peuvent être répertoriées alors qu'ils tentent d'étendre leur territoire par la solidarité.

Les expériences de tourisme solidaire en Algérie se comptent évidemment sur les bouts de doigts, on peut les citer comme suite :

- « *Kabylia solidarity tourism* », un projet né en 2006, une collaboration entre les deux parties trois partenaires : collectif « *Black Springs Girls* », forum « *Black Springs Girls* » méditerranée de Marseille » et l'association Amusnaw qui a pour but de créer activités génératrices de revenus par l'implantation de femmes artisanes maisons de campagne, hébergement et restauration chez l'habitant, artisanat, commercialisation de produits locaux, visites guidées et animations culture ;
- le projet « *Gite Kabyle* » est né en 2008 dans un village de la Djebba, situé à commune de Beni Ksila, Kabylie ;
- Projet Ait Hamou, un village à 70 km au nord de la ville d'Ifarhounen département du sud-est de Tizi-Ouzou ;

²⁷ CHIKH, S. « *L'activité touristique en Algérie : Réalités et perspectives de développement.* » EBahith (2017), P161-167

- Projet « Sac à Tour », né en 2016, porté par la jeunesse algérienne. dans les lignes qui suivent, nous choisissons de présenter une de ces initiatives tourisme solidaire en Algérie : le projet « Sac à Tour ».²⁸

Le projet « Sac à Tour » est issu de l'organisation de « *camps touristiques* » de formation, a Bejaïa en 2016, organisé par tourisme AY d'Alger ; un une formation de 4 jours au cours de laquelle les participants concrétisé leur idées et projets de voyage. Il s'agit d'un programme de tourisme solidaire qui propose des circuits organisé (4 jours) mais participer au développement de villages algériens avec le riverain statut de vulnérabilité socioéconomique (*faible revenu et forte instabilité*).

Par ces actions, le porteur de projet vise à :

- Explorer les régions reculées de l'Algérie dans le cadre du tourisme solidaire centré sur la communication, le partage, la cohésion des populations locales et leur participation ;
- Générer des revenus pour les habitants en les engageant dans des activités touristiques : transport, restauration, animations, artisanat...etc. ;
- Début de l'organisation d'activités touristique pour les jeunes du village (*gestion hébergement, aide au voyage, déplacements, etc.*) ; dans sa première édition, en collaboration avec l'association française Alter 'solidaire, le porteur de projet a choisi de faire venir 30 touristes algériens (pendant en voyage solidaire, un groupe ne doit pas généralement pas dépasser 10 à 15 personnes) vers le petit village d'Aitbassen dans les montagnes de Kabylie : un village touché par l'isolement, la précarité du logement, le chômage des jeunes diplômés et leurs habitants ont fui vers les villes algériennes ou à l'étranger. Lors d'un séjour de 3 nuits, les voyageurs ont doit à :
 - Découvrir le circuit culturel du Kalàa des Beni Abbes ;
 - Participer à la cueillette des olives avec les habitants du village ;
 - Visitez une huilerie traditionnelle pour en savoir plus sur le processus de fabrication des produits pétroliers huile d'olive ;
 - Soirées débats avec les villageois sur le thème du tourisme solidaire ;
 - Soirée du nouvel an avec une troupe musicale locale. Pour « *Sac à Tour* » le tourisme solidaire se traduit par les villageois utilisent les services locaux pendant leur séjour participer

²⁸ BENACEUR Fatima Zohra, Revue Recherches et études en développement, vol.5,N°1.D2CEMBRE2018 ?PP.18-32 « *le tourisme solidaire :levier de développement des terretoirs solidarité tourisme :lever of territorial développent* »,P24

les projets de développement ne sont pas systématiques (*bâtiment scolaire, centre santé,...*), bien qu'il soit l'une des principales caractéristiques du tourisme solidaire

Ainsi, dans sa première édition, « *Sac atour* » se consacre à donner de l'argent à une école primaire si les objectifs de collecte de fonds sont dépassés « *Si nous dépassons notre objectif de collecte de fonds, nous engageons à faire un don à une école primaire village selon les besoins (entretien, chauffage ou autres besoins de l'école)* ».

Section 03 : Le rôle de tourisme solidaire dans développement local et territorial

Dans cette section, nous allons parler des valeurs du tourisme solidaire ainsi que sur son importance dans le développement local des territoires d'accueils.

3.1. Les valeurs de tourisme solidaire

L'objectif du tourisme solidaire est avant tout de désenclaver certaines régions et de les aider à développer leur économie par le tourisme. Nous nous appuyons sur les atouts existants de la région : ressources humaines, culturelles, économiques et environnementales. De plus, elle reste une activité économique contre d'autres activités qui existent déjà pour éviter sa dépendance vis-à-vis du Nord.

Ainsi, l'un des objectifs du tourisme solidaire est de développer l'économie du pays, mais surtout de rendre le territoire pleinement autonome. Pour cela, il faut mettre en valeur les produits locaux et artisanaux en développant leur production et leur consommation et leur commercialisation.

Un tourisme solidaire, plaçant les riverains au cœur du projet. Contrairement au tourisme de masse, ils prendront toutes les décisions concernant leur offre de circuits. Ils pourront choisir comment ils souhaitent développer leurs territoires et leurs ressources ils vont participer à l'élaboration du projet entier, du début à sa fin : « *la population locale n'est pas spectatrice passive du défilé des touristes mais initiatrice et coorganisatrice de la rencontre* ».

Bernard Schéou souligne également ce principe fondateur du tourisme solidaire : « *c'est l'autochtone qui doit être à l'origine du développement du tourisme, en avoir la matrice et en tirer les bénéfices si la démocratie participative est nécessaire au développement, c'est aussi parce que le développement ne se décrit pas, ne s'impose pas, c'est un processus, une dynamique, un mouvement qui vient de l'intérieur même des sociétés* ».

Tous les bénéfices des activités touristiques leur seront redistribués de manière équitable. Dans ce projet, le tourisme profite pleinement aux résidents locaux.

Cependant, les ONG sont très actives auprès des habitants. Généralement sans expérience dans le domaine du tourisme, offrez-leur une formation. Ils sont formés dans l'industrie du tourisme. Ces filières sont diverses : comme les guides touristiques ou les cuisiniers : ils accueillent les clients de manière appropriée. Les projets s'inscrivent dans une démarche locale de développement durable.

3.1.1. Contribution à l'économie locale

3.1.1.1. Le tourisme solidaire crée des emplois

Le tourisme solidaire peut aussi créer des emplois. En effet, la mise en place de projets touristiques nécessite l'intervention de différents acteurs : guides conférenciers, guides conférenciers, restaurateurs. Ce phénomène « *d'isolement économique* » sera un moyen d'améliorer les conditions touristiques.

3.1.1.2. La contribution à la réduction de la pauvreté

Le tourisme solidaire peut être un vecteur de réduction de la pauvreté, qui profitera aux pays dits du Sud et à leurs populations. Cette réduction de la pauvreté sera possible, notamment grâce à l'ouverture (géographique et économique) des campagnes, qui permet d'améliorer les conditions de vie des populations.

"Le tourisme pourrait apporter de la richesse aux pays en développement ; même le slogan de OMT, l'Organisation mondiale du tourisme : "Le tourisme, la source de la richesse".

3.1.2. La diminution des écarts entre villes et campagnes

Le tourisme solidaire peut également réduire l'écart entre les zones urbaines et rurales. L'amélioration des transports, l'augmentation des revenus ou la création d'emplois dans les zones rurales les aideront à rattraper le retard de développement qui peut exister par rapport aux villes du pays.

3.1.3. La protection de l'environnement

La protection de l'environnement est aussi un élément fondamental du projet. Afin de minimiser l'impact écologique sur le territoire. Ainsi, le nombre de touristes présents sur le territoire est contrôlé. De cette manière, leur présence ne dégradera pas l'environnement et ne dérangera pas l'activité quotidienne du site.

3.1.4. La favorisation d'une ouverture culturelle et professionnelle

3.1.4.1. L'amélioration de l'accès à la protection du patrimoine

Le financement de projets collectifs par des touristes et des ONG peut se concentrer sur l'éducation et la culture (*construction d'écoles, de bibliothèques, etc.*), contribuant ainsi à réduire l'analphabétisme, et la culture peut être considérée comme une ouverture culturelle, car plus la population est alphabétisée, plus il est important de le reste du monde est plus ouvert. Par ailleurs, le tourisme solidaire est un moyen d'inciter les populations à préserver et à protéger leur patrimoine naturel et culturel, car il constitue un attrait pour les touristes dont la venue est un moyen de valoriser leur patrimoine.

3.1.4.2. Ouverture sur l'extérieur

Les compagnons du pays dit du sud sont particulièrement isolés et le fait que des étrangers s'y rendent expose à leur propre culture, ce qui est bénéfique pour les touristes comme pour les visiteurs.

Il est vrai que les locaux passent la plupart de leur temps hors de contact avec des personnes d'horizons différents, leur curiosité peut donc être satisfaite en rencontrant des touristes. Par conséquent, la population locale aura un certain degré d'ouverture, ce n'est qu'en informant les visiteurs et les inters vieux que l'ouverture sera bénéfique. En plus de cela, leurs croyances religieuses peuvent également provoquer un choc culturel s'ils se respectent, car leurs pratiques quotidiennes sont parfois très différentes. Cette différence doit être source de discussion et de communication, et non d'incompréhension ou de discrimination.

Le tourisme est aussi un moyen pour ces personnes de mesurer trop souvent leur culture et leur patrimoine, et ces valeurs se sont perdus, mais pour l'intérêt des touristes pour ces traditions, c'est une valorisation de l'identité culturelle qui vaut le coup, valeurs, ainsi que les us et coutumes des habitants.

3.2. Le tourisme solidaire comme facteur de développement local

Le tourisme équitable et solidaire s'inscrit dans la tendance du commerce équitable, dont l'objectif principal est de parvenir à des relations commerciales plus justes, mieux réparties entre les différents acteurs de la chaîne, notamment ceux du Nord et du Sud. Dans une industrie hautement concurrentielle, fixer des prix bas se traduit souvent par des conditions de travail et de rémunération assez médiocres.

Le tourisme équitable et solidaire interroge cette concurrence croissante et les rapports de force entre les acteurs. Solidarité à l'instar de ces concepts, la solidarité implique la finalité et le modèle fonctionnel d'utilité collective et particulier, basé sur le consensus et la prise de décision démocratique.

Cette solidarité débouche sur des relations équitables entre partenaires hôtes, voyageurs et voyageurs la notion implique également un objectif de développement des communautés hôtes, notamment dans le contexte des relations pays en développement et pays industrialisés.

Le tourisme équitable et solidaire fait donc partie intégrante de la vision d'une économie sociale et solidaire dont les rapports marchands ne sont qu'un outil au service de l'amélioration du bien-être des individus impliqués dans la chaîne de valeurs ainsi que de la gestion durable de leur environnement au sens large.

Le tourisme équitable et solidaire est un tourisme de rencontres et d'échanges, d'ouverture sur d'autres modes de vie et de pensée, de découverte de « l'autre ».

Les caractéristiques de ce tourisme équitable et solidaire permettent d'envisager le développement d'un tourisme maîtrisé au profit des communautés hôtes dans le respect de leur identité et de leur environnement.²⁹

3.2.1. Définition de concept développement local

Le développement local est une dynamique économique et sociale, concertée et impulsée par des acteurs individuels et collectifs :

- collectivités locales, acteurs économiques, organisations de la société civile, services de proximité et administrations déconcentrées de l'État, etc.
- sur un territoire donné, Les populations aspirent à être dorénavant actives et responsables de leur propre développement ; Les interventions d'appui au développement local se fondent ainsi sur la gestion concertée d'un territoire par ses habitants, en intégrant plus en amont leurs besoins et attentes spécifiques et en valorisant leurs projets et leurs initiatives.

²⁹ G.BEVILLE, président de l'ATES, Article ; cahiers horizons solidaires, N°65, octobre 2013.

3.2.2. Les caractéristiques du processus de développement local

- La proximité est un atout important car elle appuie sur une bureaucratie allégée qui réduit les failles dans le processus décisionnel par ailleurs, elle implique la participation d'un nombre élargi de population et favorise des synergies entre eux ;
- La dimension territoriale limitée et définie qui combine les aspects sociaux et culturels avec un sentiment d'appartenance est avérée être un facteur important par rapport aux autres facteurs de développement, car les demandes de la communauté territoriale étaient impliquées ;
- Le processus de développement local y manifeste pleinement et constitue un remue-ménage commun, voire une certaine fierté, pour les habitants ;
- Référence forte au développement local, il est en demeure pas moins que les acteurs locaux sont contraints de considérer le contexte plus large (*région, national*) afin de fournir d'avantage de ressources techniques, financières et humaines disponibles, plutôt que d'appuyer uniquement sur les ressources disponibles localement.

Cela leur permettra de maîtriser et d'intégrer des éléments nécessaires au calcul économique à savoir la valeur de la monnaie, les taux d'intérêt, la concurrence de productions venant des régions avoisinantes ou même de pays étrangers etc.

3.2.3. Quelques projets et leur rôle dans le développement local à travers le monde

3.2.3.1. Tourisme et création d'emploi

Le Château du Toubkal est situé au cœur d'Asni, dans la région de Marrakech, créant 100% des 35 emplois directs de la zone, 5% des bénéfices du Château du Toubkal sont reversés à l'association du bassin versant imlil qui opère dans les domaines liés à l'éducation et aux infrastructures. A travers l'association, la région a bénéficié de diverses actions ; aménagement et de développement, dont :

- équipement et aménagement du territoire ;
- le renforcement des digues de la rivière d'Asni pour protéger le village des crues hivernales ;
- la construction d'un hammam ;
- achat d'une ambulance ;
- jeunes filles à aller à l'école et construire des internats pour les habitants des villages reculés grâce à une coopération active avec les ONG « *Education for all* » ;

- Prendre des mesures pour protéger l'environnement, sensibiliser et impliquer les touristes ;
- Travailler avec les ONG « *Montan propre* » pour organiser la collecte et l'élimination des déchets Servir.

3.2.3.2. Tourisme et environnement

Avec le soutien des énergies renouvelables et des associations environnementales (GERES), de nombreux jeunes du Sikkim (*dans l'état enclavé de Himalaya entre Népal, Rahim et Butane*) se mobilisent pour défendre leur identité, préserver le patrimoine naturel et culturel de la région et développer économiquement local, ils choisissent de promouvoir la communauté tourisme et moteur de développement local.

Les aspirations des responsables villageois et politiques, les intentions des partenaires extérieurs, la formation et la sensibilisation du personnel touristique, assurer l'information et la satisfaction des touristes.

La préservation de l'environnement naturel (sensibilisation des milieux scolaires), l'amélioration des conditions de vie, la diversification des productions et des activités (artisanat), les économies d'énergie et la mise en place d'actions de développement communautaire sont des actions prioritaires du programme.

3.2.3.3 Tourismes et développement territoires

En 2001, le Conseil Régional Aquitaine a été saisi par le Président du Conseil Général de Massada pour intervenir sur le thème du tourisme, démontrant leur intérêt pour la réflexion stratégique pour le développement touristique durable en Aquitaine.

Les conditions locales (important exode rural lié à la sécheresse, dominé par le centre touristique Agadir) ont en effet incité les collectivités locales à se mobiliser pour modifier l'organisation territoriale en vue d'un meilleur équilibre littoral et Le diagnostic, impliquant les élus et les experts des deux régions, a permis possible d'élaborer un plan d'action et d'orienter la première phase d'un partenariat de trois ans.

L'objectif du programme est d'appuyer les comités régionaux dans la définition de stratégies, établissement de repères et le développement d'actions pilote pour le développement local et durable. Six projets ont été identifiés :

- Elaboration d'un schéma régional de développement touristique durable ;

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

- Formation des agents de développement touristique et création d'un pôle de tourisme rural ;
- Développement d'une approche environnementale de l'hébergement touristique ;
- Construction d'une filière éco touristique dans la Massa Parc national ;
- Mettre en place des programmes de formation des jeunes ruraux ;
- Sécurité alimentaire et lutte contre la pauvreté dans la vallée de la D'ara.

Conclusion

La prise de conscience des effets négatifs causés par le tourisme, a fait émerger une nouvelle façon de penser le tourisme. De nombreuses formes de tourisme alternatif se sont mises en place. Parmi elles le tourisme solidaire qui est un concept complexe qui met en relation différents acteurs.

Il vise en premier lieu le développement de territoires en difficulté grâce à la venue de visiteurs étrangers. Cette forme de tourisme est un moyen pour les populations de mieux maîtriser l'activité touristique basé sur le principe de la concertation et de l'équité, elle permet aux communautés d'accueil d'avoir des relations plus équitables avec les partenaires du nord.

L'enjeu du tourisme solidaire se situe alors dans le fait qu'il soit réservé à un public élitiste qui pour se rassurer de ses bonnes actions rejettent l'activité touristique traditionnelle. Le tourisme solidaire et équitable ne fonctionne que lorsqu'il se place en totale opposition au tourisme de masse.

Le tourisme, première industrie mondiale, censée être un levier pour le développement des pays, se fait finalement au détriment des populations locales. Nous avons pu exposer tous les impacts négatifs qu'il engendre.

Il semble donc primordial de faire évaluer le tourisme de masse, pour tenter de rendre à l'activité touristique les vertus qui lui ont été prêtés, à savoir une activité bénéfique pour la population locale et le pays en général.

La nécessité de mettre en place une forme de tourisme plus respectueuse de la population et de l'environnement a été soulignée par les mouvements associatifs dans un premier temps, puis repris par les états dans le cadre de la mise en œuvre de développement durable.

Le tourisme solidaire fait état d'une volonté explicite de circonscrire les dégâts d'un tourisme de masse porté par de grands groupes de vacances et de construire un système de solidarité concrète entre les touristes du nord et les populations du sud. Il a donc pour objectif de contribuer à la production de ressources (financières ou en travail) affectées à la mise en œuvre de projets de développement, de permettre l'appropriation par les populations concernées des revenus générés par l'activité touristique et de garantir le respect de l'environnement et des populations du territoire d'accueil.

Chapitre III :

*Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-
Ouzou*

Introduction

Face à la stagnation que connaissaient certains projets touristiques, quelques associations essayent de promouvoir le tourisme du terroir, solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Des associations, telles que « forum des femmes méditerranéennes », « Amusnaw », travaillent depuis quelques années à mettre en valeur les originalités culturelles et sociales spécifiques à la région.

Complètement opposé au tourisme de masse, du moins dans sa définition, le tourisme « solidaire » ou « le logement chez l'habitant » regroupe les formes de tourisme qui place au centre du voyage l'homme et la rencontre. Ce type de tourisme aide surtout à créer de l'emploi dans les régions qui peuvent le développer. A travers ce chapitre nous allons explorer la mise en œuvre du tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou à travers l'implication d'une association locale Amusnaw.

Cette forme de tourisme met en valeur la contribution de cette association au développement local par le biais d'une promotion, d'une activité touristique réfléchie et basée sur des principes d'éthique.

Section 01 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou

1.1. Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou

La connaissance d'une région doit passer par la présentation de ses caractéristiques générales, ces dernières concernent principalement le cadre géographique, démographique et économique. Dans cette section, nous allons présenter la wilaya de Tizi-Ouzou dans son aspect géographique, démographique et économique. Cette analyse est faite sur la base des données et informations collectées auprès de différentes directions de la wilaya.

1.1.1. Présentation géographique

La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya algérienne située dans la partie nord centre de l'Algérie (région de la Kabylie) au plein cœur du massif du Djurdjura. Le chef-lieu de la wilaya (la ville de Tizi-Ouzou) se trouve à 102 Kilomètres à l'est d'Alger, la capitale. Elle s'étend sur une superficie de 2957.94 km² soit 0.13% du territoire national avec une population de 11 27166 habitants soit une densité de 381 habitants/Km² en 2018, elle est bordée sur 85 km par la méditerranée au Nord, par la wilaya de BOUIRA au sud, la wilaya de BEJAÏA à l'Est et la wilaya de BOUMERDES à l'Ouest.

Elle est comprise entre les coordonnées angulaires suivantes :

- 36° 28' latitude Nord ;
- 36° 55' latitude Nord Et ;
- 03° 45' longitude Est ;
- 04° 31' longitude Est.

Les limites naturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou se présentent comme suit :

- Au nord : la mer méditerranée ;
- Au sud : la chaîne cristalline du Djurdjura ;
- A l'est : le massif de l'Akdafou ;
- A l'Ouest : des collines et des vallées

Ses distances par rapport aux principales villes du pays (en Km) sont représentées dans le tableau suivant :

Tableau n°4 : Distances de la ville de Tizi-Ouzou par rapport aux principales villes de pays

La wilaya de Tizi-Ouzou			
EST	NORD	OUEST	SUD
A 133km de Bejaia	Mer Méditerranées	A 52 km de Boumerdes	A76 km de Bouira

Source : Annuaire statistiques de la wilaya de T.O 2012

La carte suivante nous montre les limites géographiques de la wilaya de Tizi-Ouzou ainsi son découpage administratif.

Figure 07 : Carte n°1 : la carte de la wilaya de Tizi-Ouzou



Source : Etablir par Google

A- Le relief de la wilaya

Le relief de la wilaya de Tizi-Ouzou peut se confondre avec la montagne. En effet, le relief de Tizi-Ouzou est constitué de 94% de montagnes et de piémonts.

La wilaya de Tizi-Ouzou présente un territoire très morcelé, contrasté et compartimenté.

On distingue du Nord au Sud :

- Le littoral méditerranéen avec ses plages et ses espaces tout à fait vierges ;

- La chaîne côtière et son prolongement oriental par le massif de Yakouren ;
- Le massif central, bien délimité à l'ouest, se situe entre l'oued Sebaou et la dépression de Drâa-El-Mizan Ouadhias ;
- Le Djurdjura, souvent synonyme de Kabylie, n'occupe en fait qu'une partie restreinte de la wilaya dans sa partie méridionale ;
- Les dépressions parallèles, celle du Sebou qui va de Taksebt (Dellys) à Fréha Azazga; (RN12) la seconde qui va de Tizi-Ghniff et s'arrête aux bords des Ouadhias la RN68 et RN30). Ces deux dépressions cernent le massif central.

B. Le climat de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou se situe sur la zone de contact entre les masses d'air polaires et tropicales, ce climat méditerranéen est caractérisé par la chaleur et l'humidité en été et froid (pluie et neige) en hiver.

Le froid est dû à des dépressions du front polaire et océanique qui balaient les montagnes et provoquent des pluies et des neiges en hiver.

La pluviométrie moyenne se situe entre 600 et 1000 mm d'eau par an. Les précipitations peuvent varier considérablement d'une année à une autre, les neiges peuvent être abondantes sur le Djurdjura.

Quelques nuances dues à l'altitude viennent parfois corriger le schéma général: présence de nombreux micro climats parfois favorables au tourisme de repos estival ou sportif hivernal (Tala-Guilef, Tikjda et Yakouren). Ainsi le relief et le climat contiennent un important couvert végétal ...

1.2. L'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou

Autant d'éléments naturels culturels et artisanaux peuvent faire de la wilaya de Tizi-Ouzou une destination touristique de premier choix et augmentant son attractivité par rapport à d'autres destinations nationales. Cette section fera l'objet de présenter les atouts touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.

1.2.1. Les potentialités naturelles

La Kabylie regorge des potentialités touristiques certaines, de par sa situation géographique privilégiée et de ses importantes ressources naturelles qui se présentent comme suit :

1.2.1.1. Le littoral

Le littoral constitue certainement l'une des principales potentialités de la wilaya de Tizi-Ouzou constitué de magnifiques plages surplombées par une chaîne de montagnes entièrement couvertes de forêts ou de végétations cela donne un paysage sauvage et escarpé ce qui en fait une destinations des plus prisée. Il s'étale sur 85 Km valorisé par deux ports (Azeffoune et Tigzirt).

Le littoral est un milieu vital pour le tourisme balnéaire, En effet, ce dernier s'organise grâce à la mer, qui doit impérativement rester un milieu saint et un endroit de détente et de repos. Cette forme de tourisme est la plus développée à Tizi-Ouzou, ses 12 plages reçoivent un grand nombre d'estivants venant de toutes les régions du pays et même des étrangers. Ce nombre n'arrête pas de s'accroître d'une année à une autre.

Le littoral de la wilaya est connu par ces deux zones côtières : Tigzirt et Azeffoun où on compte 12 plages dont 7 sont autorisées à la baignade ;

La daïra de Tigzirt qui s'étend sur une façade maritime d'environ 35Km, possède 7 plages de différentes caractéristiques dont 3 seulement qui sont autorisées à la baignade.¹

- **La plage de Tassalast** : située du côté ouest de Tigzirt avec une longueur de 900m et un sable de bonne qualité elle se caractérise par son entourage par un maquis, ce qui permet au visiteur de se sentir plus près de la nature ;
- **La grande plage** : située à Tigzirt centre dans le tissu urbain, ce qui fait d'elle la plus fréquentée par les estivants ;
- **La plage de feraoun** : située à 600m de la ville Tigzirt et séparée par une rivière en deux parties : Feraoun I qui appartient à la commune de Tigzirt et Feraoun II qui appartient à la commune d'Iflissen ;

La zone d'Azeffoun compte quatre plages autorisées à la baignade, et qui sont retenues comme zone d'expansion touristique :

- **Plage de carroubier** : située à 1.5 km à l'ouest d'Azeffoun, très bonne plage, bien abritée et surtout surveillée ;
- **La plage du centre d'Azeffoun** : située devant l'agglomération d'Azeffoun caractérisée par son haut facteur de sécurité ce qui fait d'elle ; la plage la plus fréquentée dans la région ;

¹ Information collectée au près de l'APC de la commune de Tigzirt

- **La plage Sidi Khelifa** : située dans la commune d'Ait Chaffâa à l'est du cap corbelin avec une longueur de 2500 m ;
- **La plage de petit paradis** : située à 2km à l'est de Sidi khelifa, une très bonne plage avec un sable doré.

Le tableau suivant représente les 12 plages de la wilaya

Tableau n°5: Plages autorisées et non autorisées à la baignade de la wilaya de Tizi-Ouzou

Nombre de plage autorisé a la baignade	Nombre de plages interdites à la baignade	Total
Azzefoun : ➤ Plage Caroubier ➤ Plage du centre ➤ Plage Sidi-Khelifa ➤ Plage du petit Tigzirt: ➤ Plage Tassalast ➤ Grande Plage ➤ Plage Feraoun (Est-West)→	Azzefoun : ➤ Plage Tala n'Tikit Tigzirt: ➤ Plage Zeguzou ➤ Plage Abechar ➤ Plage Sidi-Khaled ➤ Plage Mazer	12
07	05	12

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de la wilaya de T.O

1.2.1.2. La montagne

La willaya de Tizi-Ouzou disposant d'une nature généreuse, d'une ouverture végétale très importante et d'un massif montagneux très bien exposé.

Les montagnes dominent la région de Tizi-Ouzou, elles occupent presque la totalité du territoire de la wilaya. Par la variété de leurs aspects topographiques, offrent plusieurs paysages : cols, gorges, pics, collines, plateaux...ainsi qu'une richesse faunistique et floristique. Ces montagnes sont loin d'être explorées et restent à l'écart de toute activité touristique.

- **Le massif du Djurdjura** : constitue un immense gisement de pôles touristiques intégrant une infinie variété de produits. Tala-Guilef, Lalla-Khedidja, le lac d'Agoulmine, le Gouffre de Boussouil (1259 m) les grottes du Macchabée, le Pic d'Azrou N'Thour, les cols de

Tirourda (1700 m) et de Tizi-N'kouilal (1600 m) sont parmi les sites les plus connus du Parc National du Djurdjura, favorables à la pratique du tourisme de montagne.

Le Djurdjura est formé il ya 250 million d'années recèle des sites pittoresques, d'une beauté inégalable, tous le massif mérite l'attention des scientifiques, touristes et sportifs :²

- des spéléologues pour des missions d'exploration des gouffres et autres grottes ;
- des hydrologues pour y découvrir des sources d'eau vu le besoin de plus en plus grand en eau potables ;
- des visiteurs pour les curiosités naturelles et culturelles ;
- des randonneurs pédestres en toutes saisons pour l'oxygénation et la lubrification des organes du corps.

1.2.1.3. Les Forêts :

Les massifs forestiers de la région de Tizi-Ouzou couvrent une superficie totale de 112000 Ha dont 41 % de forêt. Ce patrimoine est réparti entre forêts dense et claire, ces forêts offrent l'image d'un beau tapis végétal riche de plusieurs espèces. L'essence forestière en flore est constituée essentiellement de chêne-liège et d'autres espèces comme le pin d'alpe, le chêne zen, le chêne vert...

Parmi les forêts de la wilaya de Tizi-Ouzou nous pouvons citer :³

- **La forêt de l'Akfadou**: elle s'étale sur 4632 ha, elle est caractérisée par une mosaïque de peuplement et une diversité floristique remarquable ;
- **La forêt de Béni Ghobri** : elle s'étend sur 5710ha, La forêt est constituée de chêne liège, chêne zen et chêne afars ;
- **La forêt de TAMGOUT** : Elle occupe une surface de 3700ha, le chêne liège constitue la végétation dominante avec une présence de chêne zen et chêne Afars sur les hauteurs.

1.3. Les potentialités culturelles

Autre son potentiel naturel, la wilaya de Tizi-Ouzou est également riche en les cultures associées à son histoire constituent un patrimoine riche et diversifié.

1.3.1. Sites historiques et archéologiques

La Kabylie a connu diverse invasion au cours de son histoire, se terminant par ses sites historiques riches.

² MOHAND AMRANE YAKKER : « *LE DJURDJURA, une montagne à protéger* », APW, 2010, P07.

³ La place du secteur des forêts dans le développement local : direction de la conservation des forêts de la wilaya de Tizi Ouzou ; PDF

La wilaya de Tizi-Ouzou compte à elle seule culturels immobiliers disséminés un peu partout à travers ses 21 daïra.

Il y'a des monuments historiques de différentes époques des ruines ; les humains préhistoriques ont laissé l'héritage de la colonisation française, après architecture turque et ruines romaines. Vous pouvez également trouver des traces de la ferme, usine d'huile, épaves de presse et pierres de taille, presse pour l'industrie de la pierre, fouillez des roches, des peintures rupestres et des inscriptions libyennes, des sépultures et traces d'un ancien port.

Les villages traditionnels kabyles constituent aussi une importante richesse pour la wilaya en raison de son histoire, son architecture, ses métiers traditionnels et son organisation sociale.

Parmi les sites historiques et culturels :

- Les ruines romaines de Tizirt et Azeffoun et Djemaa Saharidj ;
- Site historique de Thakhlouith n'Fatma n'Soumer: situé dans la Commune d'Iferhounen
- Site historique : Maison des Ath Kaci : situé dans la Commune de Tizi-Ouzou ;
- La Zaouïa de Sidi Ali Moussa Classée patrimoine culturel : situé dans la commune de Souk El Thenine ;
- Village traditionnel kabyle d'Ath El Kaïd : situe dans la commune d'AgouniGueghran.

La plus grande partie de ce patrimoine archéologique se trouve dans la zone côtière de Tizirt et Azeffoun.

A ces sites historiques s'ajoutent les traditions, la langue berbère, les fêtes et les festivals qui peuvent aussi enrichir l'attractivité de la wilaya.

- Le festival de la poterie qui se déroule annuellement en mois de juin à Maatkas, où les artisans de toute l'Algérie exposent leurs créations ;
- Le festival de tapis d'Ath Hicham qui se déroule annuellement en mois de juillet à Ath Yahia à Ain El Hammam ;
- Le festival de la robe kabyle qui se déroule chaque année à Illoula Oumalou à Bouzguene ;
- La fête du bijou qui se déroule à Ath Yenni chaque mois de juin ;
- la fête du couscous roulé à la main qui s'organise annuellement à Frikat ;
- La fête de figue qui se déroule chaque année le mois de septembre à Le mssela à Illoula Oumalou ;

- La fête des cerises à Labaa Nath Irathen qui se déroule annuellement le mois de mai.

1.4. Potentialité artisanal

L'artisanat est essentiellement une forme d'activité ou d'outil de commerce artisanal. Mécanique et semi-mécanique occupent un minimum d'espace.

La wilaya de Tizi-Ouzou est connue pour ses activités intenses, l'artisanat, il occupe une place très importante dans ce secteur de l'Algérie.

Artisanat kabyle, héritage des civilisations anciennes, expression des peuples artistes à Travers la poterie, la joaillerie, le tissage, la sculpture, la vannerie, la peinture ; musique, danse...

1.4.1. Poterie

On peut dire que les œuvres de poterie sont les œuvres les plus authentiques de la Kabylie, c'est une activité éminemment féminine qui fait preuve de maîtrise de l'homme des éléments naturels qui sait les apprivoiser pour produire des objets pratiques du quotidien et esthétique.

On distingue deux types :

- Une poterie sans décoration destinée pour les ustensiles de cuisine, en effet, c'est les plats destinés au four qui ne possèdent pas d'éléments décoratifs ;
- Et une autre dite esthétique pour la décoration qui se caractérise par un répertoire de symboles et de gravures kabyles très riche datant de la préhistoire, très appréciée des touristes.

De par le contenu intégral de sa forme, de son esthétique, de sa destination et de son motif décoratif, La poterie kabyle traduit les civilisations matérielles et immatérielles, en particulier les personnalités des gens ; Une région qui affiche son identité culturelle. Il existe neuf centres de production (Ain Zaouia, Agouni Gueghran, Ait Keir, Ait Mendes, Ait Kouffi, Bounouh, Draa El Mizan, Matkaas et Ouadias) sont répartis sur le territoire de la wilaya et sont chargés de la protection et réservez cette activité, les plus connus sont :

▪ Ait Khir

Les femmes d'Ait-Kheir utilisent l'argile et les modèles depuis l'Antiquité, Cuisinez et décidez assiettes, bocaux, bocaux, bouilloires... grâce à la qualité de la terre. Le village et son abondance. La poterie Ait-Kheir est la poterie pratique la plus courante dans la région kabyle.

Une poterie finement éclairée, faite d'argile rouge constellée de mica brillant, il se caractérise par la simplicité et sa fonctionnalité et par sa solidité et son étanchéité.

▪ **MAATKA**

Maatkas est l'un des milieux importants de production de poterie dans la Kabylie, La poterie de cette région est l'œuvre des femmes.

La poterie de cette région est faite avec de l'argile impure, elle se distingue par son épaisseur, en effet elle est exécutée à la maison avec des méthodes ancestrales.

Les symboles décoratifs de la poterie de Maatkas remontent à la préhistoire et ils sont à l'origine des écritures alphabétiques méditerranéennes, dont le Tifinagh, on trouve aussi des représentations de l'univers immédiat (nature, animaux, insectes et cycles agraires) et des stylisations de situation ou de personnages hérités depuis des générations et des motifs rouges, noirs et blancs qui sont tirés de la symbolique rurale. En effet nous pouvons dire que, le répertoire des décors dans cette région est riche et les colories d'usage se sont maintenues depuis des époques lointaines.

Afin de préserver et de valoriser ce type de savoir-faire, une fête de poterie est organisée chaque année dans cette région, chose qui peut attirer les touristes.

▪ **Bounouh**

Le type de poterie de Bounouh se distingue par un décor qui mêle deux sortes d'argiles naturelles, la brune et la noire qui sont ensuite revêtues de résines colorées harmonisant ainsi les tons et reflets ambrés.⁴

La poterie de cette commune est réalisée à des fins à la fois utilitaires et commerciales, dont les villages Bounouh-centre, Ait-telha, Halouan, Amaloua introduit une poterie utilitaire et décorative très appréciée en vue de la commercialisation.

1.4.2 La bijouterie traditionnelle

La bijouterie en argent représente l'une des activités artisanales les plus connues de la Kabylie, elle remonte à l'antiquité avec une taille et une forme variée, elle constitue un ensemble original, d'une grande fidélité à la tradition, c'est un art qui porte essentiellement sur les parures féminines, c'est l'ornement principal de la femme kabyle.

⁴ AKKACHE MACHAA Dehbia « Art Artisanat traditionnel et Folklore de Kabylie » Edition Mahdi 2008, page 27

Cette discipline artisanale se partage aussi bien par l'homme que par la femme, c'est une activité familiale qui s'exerce le plus souvent de père en fils. La Kabylie, région à grande vocation de bijouterie garde à nos jours ce mode d'expression avec une production très variée d'une très bonne qualité on retrouve ainsi des bracelets, des boucles d'oreilles, colliers et bagues de tout genre.

Chaque style reflète la personnalité d'un village particulier notamment on retrouve cette activité artisanale dans plusieurs localités comme par exemple : Taourirt, Mimoun, Aït-Larbaâ, Aït-Lahcène, AgouniAhmed, Boghni, Taguemount, Ukerrouche, Maâtkas, Ouadhias, Aïn-El-Hammam, Tizi-Ouzou et Ath-Yenni qui constitue le berceau de la bijouterie traditionnelle en Kabylie.

▪ Benni-Yenni

La spécificité des Ath-Yenni repose sur le savoir ancestral des bijoutiers. La bijouterie de cette région est classée comme un art traditionnel séculaire.

Le bijou traditionnel en argent de Benni-Yenni serti d'émail cloisonné de couleurs jeune pour le soleil, vert pour la nature et bleu pour le ciel, au centre du quel est placé un ca buchant de cril rouge datant de la Phénicie ancienne.⁵

Chaque bijou a une signification particulière et une charge émotionnelle. Les bijoux se transmettent comme un patrimoine de génération en génération. Ils sont intimement liés aux traditions, coutumes et mœurs berbères.

1.4.3 LE TISSAGE

Le tissage est un art féminin, la production est quasi-utilitaire répandant aux besoins domestiques de literie, de vêtements et de couverture. Le métier à tisser se nomme AZETTA, toutes les étapes du travail de la laine étaient réalisées par les femmes qui s'entraidaient entre elles. Le Bernouss, tapis et couvertures étaient les principaux ouvrages créés en laine de mouton et dromadaire.

Les tapis de Kabylie sont faits de laine. Ils sont destinés à un usage domestique, sur le sol ou les murs, ou religieux, pour la prière. Les motifs présents sur les tapis remontent à des temps très anciens. D'une manière générale, le tapis amazigh est très coloré et constitue un

⁵ Myriam DONSIMONI (collectif) ; « *les bijoux d'Ath-Yenni : construire une attractivité territoriale sur les savoirs-faires artisanaux ancestraux* » ; Edition : Achab ; p63

objet de décoration. Les tissages les plus répandus dans la région sont les tapis d'AITH HICHEM

1.4.4..PANIER

Les paniers sont un art qui remonte à la préhistoire, et c'est réservé aux femmes une façon de produire des objets dédiés aux intérêts domestiques. Il évolue en création décorations diverses. C'est un artisanat qui consiste à fabriquer un tissage à partir de fibres végétales tels que des paniers et des paniers. On distingue : les paniers de sparte et de raphia sont

Entièrement pratiqué par des femmes. Le tissage de paniers de roseaux est effectué par une quantité considérable de main-d'œuvre masculine. Excellent produit utilitaire et décoratif, il répond au goût le plus varié.

Les paniers kabyles présentent une grande variété de produits, nous pouvons d'ailleurs citer : corbeilles à pain, corbeilles à dessert, sacs, paniers de courses, lustres, etc., mais malheureusement, cette activité tend actuellement à disparaître cause de la rareté des matières premières.

Les zones connues pour de telles activités sont : Djemââ-Saharidj, Ouadhia, Tizi-Ouzou, Ain-Méziab, Aït-Aggouacha..

▪ DJEMAA SAHARIDJ

Des religieuses blanches introduisent des paniers en sparte et en raphia dans le village Djemaa Saharidj. Il n'est pratiqué que par les femmes. Ce dernier produit de très beaux paniers fonctionnels et décoratifs, très recherchés par les clients. Par contre un grand nombre d'ouvriers masculins sont engagés dans le tissage de roseaux.

1.4.5 Robe Kabyle

On reconnaît la robe kabyle par sa forme, mais aussi par sa couleur pétillante et à travers ses nombreuses broderies. La robe représente un symbole de la féminité kabyle qu'elle représente excellent outil de communication et d'identification.⁶

On peut distinguer plusieurs styles vestimentaires kabyles dans chaque région, Dépend de la qualité des matériaux utilisés et du raffinement de la décoration. La confection de la robe kabyle est largement répandue dans les régions de ouadias, Azazga, Buzgane, Ath douala et d'autres régions.

⁶ Myriam DONSIMONI (collectif) p.46

1.4.6 Armoires

Le travail du bois est une activité essentiellement masculine. Elle était en contact avant L'activité agricole, et par la suite, des centaines de districts ont commencé occupations décoratives telles que boîtes à bijoux, boîtes, plateaux...

Les sculptures kabyles s'incarnent dans le mobilier, et les ornements sont tirés motifs de tissage et de poterie. Les zones connues pour cette activité sont : Azzefoun, Djemaa-Saharidj, Tizi-Rached. L'artisanat joue un rôle important dans l'économie et la société. En effet, ce n'est pas une source des revenus négligeables, qui constituent une ressource supplémentaire pour la population essentielle. Ce secteur est particulièrement important car il constitue l'héritage Fondateur de Kabyle Identité. Sa protection, sa restauration et son intégration.... Le processus de développement aura un impact positif sur les activités touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou. Les industries artisanales citées ci-dessus pratiqués dans différentes localités de la wilaya de Tizi-Ouzou sont de grande utilité dans l'économie locale, elles sont une source financières de plusieurs familles, créent de l'emploi pour les jeunes chômeurs, un secteur où la présence de la femme est très importante..

1.5. L'infrastructure touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Les tableaux suivants nous résument le nombre des établissements touristiques au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou toute catégorie confondue :

Tableau n°6 : Liste des établissements hôteliers en activité de la wilaya de TiziOuzou (04/10/2022).

N°	Établissements hôteliers	Nature Juridique	Catg	Type	Gérant(G) Propriétaire(P)	Tel/Fax	Adresse	Chambres	Lits
01	Hôtel NEVER LAND RANCH	Privé	4*	Climatique	P/CHAABA Samir G/BOUALLAGCheffai	Mob :05 60 19 30 68 05 56 13 45 73	Boubhir Cne Souamaa Mekla Tizi- Ouzou.	31	65
02	Hôtel« RELAIS VERT »	Privé	4*	Urbain	P/SARL Hôtel Relais Vert Représentée par CHELOUL Hakim G/CHELOUL Hakim	Tel : 020 66 24 31 026 20 51 82 020 68 24 31/34 Mob : 07 72 80 53 0606 61 28 54 62 05 57 27 20 39 05 61 70 39 54 0770 98 27 41	RN 30 OUED AISSI Kaf Lahmar Tizi- Ouzou	58	96
03	BELLOUA	Public	3*	Urbain	P/SPA Entreprise Touristique de Kabylie G/SI AMMOUR Mourad	Tel :026.19.02.55// 19.02.56//19.03.09 Fax :026.19.02.81	16Bd LARBI BEN M'HIDI Tizi-Ouzou	29	58
04	LES DEUX PALMIERS	Privé	3*	Urbain	P/EURL Les deux palmiers G/BELAHCEL Kamel	Tel : 026 43 44 44 026 43 42 42 Fax : 026 43 41 12 026 43 41 41 Mob : 05 61 77 02 71	RN 25 BP 16 15100 Draa Ben Khadda Tizi-Ouzou	50	96
05	MIZRANA	Privé	3*	Balnéaire	P/Héritiers AIT AOUDIA G/	Tel : 026.25.80.85/88 Fax : 02625.80.86	Tigzirt Tizi- Ouzou	39	67

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

						07 75 46 54 79			
06	THINIRI	Privé	3*	Climatique	P/ SARL hotel Restaurant THINIRI G/YAICI Mouhoub	Tel : 026.46.06.01/02/03 0661519387 07 70 97 43 60 Fax : 026 46 06 04	RN 30 Boghni Tizi-Ouzou	49	81
07	LES TROIS ROSES	Privé	3*	Urbain	P/EURL Hôtel Restaurant les Trois Roses G/MESSAOUDENE Med Ouchabane	Tel : 026200286 // 200267 // 200606 // 200477 Fax: 200170 // 200228	Rue STITI Ali n°18 Tizi- Ouzou	31	35
08	LES TROIS FRERES	Privé	3*	Balnéaire	P/KAOUANE Arezki G/KAOUANE Arezki	Tel : 026 1580 01/02/03 Fax :/	Rue Ahmed CHAFFAI Tigzirt Tizi- Ouzou	24	46
09	LE BRACELET D'ARGENT	Public	3*	Climatique	P/SPA Entreprise Touristique de Kabylie R/ SI AMOUR M G/DALI Azzedine	Tel : 026 33 38 80 Fax : 026 33 38 80	Beni yenni , Tizi-Ouzou	10	21
10	RELAIS ROUTIER LE MISTRAL	Privé	2*	Urbain	P/SNC Relais routier le Mistral BADKOUF et Cie G/BADKOUF Rachid	Tel : 026.19.97.97 // 19.96 .96// 199576 Fax : 026.19.95.95 026 19 95 76 05 53 56 32 08 06 61 61 02 02 0670 00 35 35	RN12 Boukhalfa entrée Ouest BP 272 poste CHIKH Amar Tizi-Ouzou	41	55
11	Hôtel « LE PONT DE BOUGIE »	Privé	2*	Urbain	P/ SARL SEGUEG Lamara représentée par M ^r MAKHOUKH Smail G/CHIKHAOUI Lounes	Tel : 026126632 0770423606 Fax : 026126632	27, PONT DE BOUGIE Tizi-Ouzou	36	72

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

12	Motel "SOLTANI"	Privé	2*	Urbain	P /SOLTANI Madjid G /TEBANI Abdelmadjid dit Amar	Tel/Fax: 020 67 17 18 Mob : 07 70 95 67 54 06 61 17 55 90 05 60 99 72 59	RN 72 Zaouia C ^{ne} de Sidi Naamane Tizi-Ouzou	28	38
13	RELAIS ROUTIER « EL MERS »	Privé	1*	Climatique	P /BOUDAUD Ramdane G / BOUDAUD Ramdane	Tel : 020 62 08 80 020 62 09 80 Mob : 07 70 40 54 47 06 61 11 54 92	Route nationale n°68Tizi- Gheniff Tizi-Ouzou	15	30
14	HOTEL RESTAURANT ITTOURAR	Privé	1*	Urbain	P /SARL Hôtel restaurant ITTOURAR représentée par M ^r BESSAH SALEM G /CHEBLAL Hamid	Tel : 026 18 50 50 026 18 50 40 026 18 50 20 Fax: 026 18 50 30	Lots AMYOUN N°09 N.VILLE Tizi-Ouzou	48	70
15	SARL HOTEL NORD EST	Privé	1*	Urbain	P / SARL Représentée par Mme BELABED eps BERKOUNE Ouzena G / BELABED eps BERKOUNE Ouzena	Tel : 026 20 55 76 Fax : 026 20 56 51 Mob : 05 59 74 32 08	Bd .Krim Belkacem N.Ville Tizi- Ouzou	75	160
16	LE SOLITAIRE	Privé	1*	Balnéaire	P /IGHIL KRIM Salah G /IGHIL KRIM Salah	Tel : 020 68 97 33 020 67 36 82 Mob : 07 97 95 92 70 05 61 26 07 08	RN 24 IFLISSEN Tizi-Ouzou	24	30
17	CHALET CLUB DAHBI	Privé	1*	Balnéaire	P /SNC DJEBRANI DAHBI et Cie représentée par DJEBRANI Fodil G /DJEBRANI Fodil	Mob : 0554396382 05 59 43 89 54	Route du CEM ADMANE Arezki C ^{ne} et daïra d'Azeffoun Tizi-Ouzou.	20	80

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

18	SNC GUEDMIME ET CIE HOTEL RESTAURANT	Privé	1*	Balnéaire	P/ SNC GUEDMINE ET Cie Hôtel G/ GUEDMIME Djamal	Tel : 026 15 82 21 Mob : 07 70 26 44 02 07 70 31 87 53 05 50 54 85 98	11 Rue GHEZZAZ Amar TIGZIRT Tizi-Ouzou	16	40
19	AZROU	Privé	1*	Balnéaire	P/Oumaouche blaid		Iflissen tizirt	20	48
20	HOTEL TOURISTIQUE DES FRERES HAMDAD	Privé	S.E	Urbain	P/HAMDAD.Ahmed (locataire) G/HAMDAD Mohamed Said Aziz	Tel : 026 106321 Mob : 05 40 68 30 69	84, Rue OUBOUZAR Cherif Tizi- Ouzou	30	30
21	IZEM	Privé	S.E	Urbain	P/DJERMANE Mohand Ameziane G/	Mob : 07 70 35 63 75	01,Bd Krim Belkacem Tizi-Ouzou	17	28
22	Hôtel DE LA GARE	Privé	S.E	Urbain	P/SNC Hôtelde la GareRAHEM et Cie G/RAHEM Karim	Tel : 026 20 01 45 Mob : 07 71 61 19 22	Axe Nouveau Lycée ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	36	55
23	ABZIM	Privé	S.E	Urbain	P/ CHEIKH Omar G/ CHEIKH Omar	Tel : 026 20 20 25 026 20 19 83 Mob : 0770 50 68 83 Fax : 026 20 19 83	Rue ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	19	30
24	LE NUMIDE	Privé	S.E	Balnéaire	P/SNC MAHOUCHE AMAR ET Cie G/ MAHOUCHE Amar	Tel : 026 25 83 61 Fax : 026 25 86 61 Mob : 06 61 29 38 97	Rue Ahmed CHAFFAI Tigzirt Tizi-Ouzou	25	47
25	LE DAUPHIN	Privé	S.E	Balnéaire	P/TALATIZI Rachid G/ TALATIZI Rachid	Tel : 026 25 02 50/ /020 67 36 14 Mob : 07 76 88 61 74	Route vers CEM Azeffoun Centre Tizi-Ouzou	13	23
26	MEUBLE DE TOURISME « LES DEUX	Privé	C.U	Balnéaire	P/TALA TIZI Mohand	Mob : 07 76 88 61 74	Azeffoun Tizi-Ouzou	9	18

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

	FRERES »								
27	OLYMPIA	Privé	A.S.D..H	Urbain	P/Héritiers REKHOU Messaoud G/Décédé	Tel : 026 20 18 17	Rue ZIDANE Amar Tizi- Ouzou	28	36
28	L'ORIENTAL	Privé	A.S.D.H	Urbain	P/ AGHER Ahmed G/AGHER Azzedine	Tel :026 22 82 23 Mob : 07 91 09 88 92	19 Rue ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	19	19
29	AZEFFOUN BEACH	Privé	N.C	Balnéaire	P/SARL Représentée par ADJEMOUT Rabah	Tel : 026 45 01 62 Fax : 026 45 02 27 Mob : 05 60 04 87 30 07 81 08 49 82	Azeffoun Tizi-Ouzou	19	28
30	Hôtel THAGHZOUT	Privé	N.C	Urbain	P/LAZRI Karim G/ABABSA Ali	Mob : 07 71 49 39 43	Bouilef commune Irdjen, Tizi- Ouzou	55	144
31	APPART HOTEL ADJMOUT	Privé	N.C	Balnéaire	P/ SNC ADJMOUT G/AIT Gueni said Manel	Tel : 0772 36 36 56	Azeffoun - Tizi-Ouzou	16	48
32	Hotel THE BEST TITANIC	Privé	N-C	Urbain	P/ SARL G/ SAGHI AISSA	Tél 0675 17 28 85	Assif RN 12 Fréha Azazga Tizi-Ouzou	57	142
TOTAL : 32		-	-	-	-	-	-	987	1 836

Tableau n°7 : Liste des Agences de Tourisme et de Voyages agréées(arrêtée au 04/10/2022).

Liste ATV (agences mères)

N°	Dénomination	Propriétaire/ Agent	Adresse	Tel	Fax	Observation
01	ETK-VOYAGES	P/ (E.P.E SPA) Entreprise Touristique de Kabylie représentée par Mr BOUKERMA Mohammed A/ SAGHI Baya	Hôtel Lalla Khedidja Rue Khodja Khaled Tizi-Ouzou	026.20.41.36 026.20.17.59	026.20.41.36	E-mail : etkvoyages@yahoo.fr
02	DJURDJURA TOURISME	P/ EURL représenté par M ^r MESSAOUDI Hamou A/ MESSAOUDI Hamou	Cité Mohamed Boudiaf (ex Cité 2000 logts)BT 37 local N° 02Nouvelle Ville Tizi-Ouzou	026 .21.13.34 026.11.52.52 05.50.25.35.49 Mr Iften	026.11.52.52	E-mail : djurdjura.tourisme@gmail.com
03	IDHOURAR TOURS	P/ SARL Représenté par Mr OUBELLIL Abdelkader A/ OUBELLIL Abdelkader	ZHUN Sud, Quartier B.Ilot n°06 Nelle Ville Tizi-Ouzou	026.11.80.80 026.11.74.74 026.11.71.71 05.50.48.75.97	026.11.81.81 026.11.74.74	E-mail : info@idhtours.com compta@idhtours.com Site Web : idhtours.com
04	PRESTIGE VOYAGES	P/ AISSAT Meziane A/ AISSAT Meziane	Rue du 20 Août 1956 Escalier 02, Bt A2, Local N°18, Azazga Tizi-Ouzou.	026.14.19.99 0771.56.28.37	026.14.19.99	E-mail : azazgavoyage@yahoo.frSite Web : Prestigevoyage-dz.com
05	TAFSUT TRAVEL AND TOURISM	P/ SARL représentée par Mr ABAHRI Farid A/ ABAHRI Farid	Bd Colonel Amirouche N° 05 B Bâtisse n°05 (EX26) Tizi-Ouzou	026.20.45.11 05.49.64.61.13 07.70.42.76.55 07.70.33.89.42	026.20.36.56	E-mail : Tafsut _travel@yahoo.fr Tafsut_direction@yahoo.fr Site Web : www.tafsut-travel.com
06	KOUAOU TRAVEL	P/ KOUAOU Makhlouf A/DJEBBAR Thaoumarte	40 Rue des frères BELHADJ Local N°03,1 ^{er} étage N.Ville Tizi-Ouzou	026.11.78.04 05.60.05.58.62 07.74.04.07.32 07.70.51.33.94	026.11.78.04	E-mail:Kouaoutravel@gmail.com Site Web: /
07	ECLIPSE TOURS	P/ HAMZAOUI Arezki A/ HAMZAOUI Arezki	Rue des frères BELHOCINE Tizi Ouzou	026.12.84.39 0771371259 0557025766	026.12.84.39	E-mail :agence.eclipse@yahoo.fr Site Web : /
08	CROISI TOUR	P/ MAZOUZI Sid Ali A/ MAZOUZI Sid Ali	Avenue ABANE Ramdane, 1 ^{er} étage Pépinière de micro – entreprises, local N°25 Tizi-Ouzou	026.20.41.34 05.56.15.58.85 05.58.79.98.91	026.22.85.54	E-mail :croisitourdz@yahoo.fr Site web: /
09	CLAIRE MER	P/ Mr MOUNSI Rachid A/ Mr MOUNSI Rachid	Local N°01 Étage 01 Rue Ahmed Chafai Tigzirt Tizi Ouzou	026.15.86.59 <u>05.58.05.76.82</u> 07.77.69.28.97	026.15.86.59	E-mail :clairemert@yahoo.fr Site Web : www.clairemer.com
10	IMURAS	P/ MrZIZI Farid A/ Mr ZIZI Farid	Cité Tours Villa Lot N°28, Zone Ouest, Local N°02 Tizi-Ouzou	026.12.93.15 05.54.95.55.59	026.12.93.15	E.mail :imuras@outlook.fr Site Web : /
11	LAND TRAVEL SERVICE	P/ ASLANE Aimene A/ ASLANE Aimene	Coopérative Immobilière « Les Amandiers »local n°03, route	026.21.19.25 07.71.58.68.67	026.21.19.25	E.mail :land-travel@outlook.fr Site Web : /

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

			du CEM AMIOUD Ismail, Rue des frères OUCHEN, Ilot Vve AMIROUCHE, Tizi-Ouzou.	05.51.21.80.99		
12	AGORA TOURISME ET VOYAGES	P/ SARL Représentée par Mr HALOUANE Hamza A/ HALOUANE Hamza	03,Rue KERRAD Rachid,Bt:A, local N°02 Tizi-Ouzou	026.12.44.44 05.60.40.51.08 05.60.40.47.09 07.71.54.07.65	026.12.66.66	E.mail : contacts@agoratours.com -infos@agoratours.com Site Web : www.agoratours.com
13	BA TOURS	P/ EURL Représentée par Mr BOUYACOUB Achour A/ ZOULIM Idir	31,Rue HOUARI BOUMEDIENE,local N°03 Tizi-Ouzou	026.19.05.22 07 79 77 89 53	026.19.05.23	E.mail: BATOURSTRavel@GMAIL.COM Site Web : /
14	SIROCCO VOYAGES	P/ ELKECHAI Epse LALEG Wafa A/ BELKADI Aziz	Tour Ali Ouarab, entre Bd Krim Belkacem et rue des frères Beggaz, (Nouvelle ville), local n°16 Tizi-Ouzou	026.11.15.15 0560.21.52.15 0553.90.08.00 Gérant :0560.60.60.80/81	026.11.52.15	E.mail : sirocco.tourisme@gmail.com Site Web : www.sirocco-voyages.com
15	AMAZONE TOURS	P/EURL représentée par Mr KESRAOUI Hassene A/MESSOUCI Nacim Ryad	Rue des frères Ben Akli, Local N° 11B, Boghni –Tizi-Ouzou.	026.28.32.67 05.54.16.70.74	026.28.45.08	E.mail: amazonetours@gmail.com Site Web : amazone-tours.com
16	MERATOUR	P/SARL MERATOUR représentée par M ^r MERABTENE Ziad A/ MERABTENE Ziad	Rue KHODJA khaled, local 38A Tizi-Ouzou	026.20.12.91 05.52.43.44.96	026.20.12.91	E-mail: meratours@yahoo.fr
17	FIRST CLASS TRAVEL	P/DALI Karim A/BARECHE Naoual	Rue KHODJA Khaled, Bt : A, local n°06 Tizi-Ouzou.	026.20.05.63 05.58.70.15.51	026.20.05.63	E-mail: first.class.travel.dali@gmail.com
18	BELHOS VOYAGE	P/SINI Nasser G/ SINI Nasser	Ait Naayem Bt B1, 2 ^{ème} sous sol local N°08 Azeffoun Tizi-Ouzou	026.15.90.50 05.50.85.34.75 05.42.63.25.46	026.15.90.50	E-mail: dalyboss2014@gmail.com Site Web : belhosvoyage.com
19	DBK VOYAGES	P/OUBAKOUK Mohamed A/ OUBAKOUK Mohamed	Rue Kasri Ahmed ,lot N°04,local01,Draa Ben Khedda ,Tizi-Ouzou	026.27.14.10 05.50.55.77.50	026.27.14.74	E-mail: dbkvoyages@gmail.com dbkvoyages@yahoo.com
20	FELICITA TOURS	P / GUIRI Dahbia A/	Lot n° 04, M'douha Tizi-Ouzou	026.19.74.84 05.58.39.50.00 05.40.02.87.54 06.73.58.63.22	026.19.74.84	E-mail: felicitatours@outlook.fr
21	ABYS TRAVEL	P / OSMANI Sonia A OSMANI Sonia	Local n°02 Bis Batisse SEDDIKI RN n°15, Aguemoun, Larbaa Nath Irathen Tizi-Ouzou	026.49.39.39 05.59.17.52.72	026.49.39.39	E-mail: abystravel@gmail.com Contact.soniaosmaniseddiki@gmail.com
22	AYLAL VOYAGE	P / KADI Saliha A/	Centre de la commune de Freha, local "C", Tizi-Ouzou	026.45.71.66 05.55.32.87.16	026.45.71.66	E-mail: aylalvoyage@gmail.com

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

23	RIMENE VOYAGES	P / OUERDANE Menaoura A/	Centre commercial « HAMMAD », local n°03, Ilot de la région Sud, Cité B, lotissement n°06, lot n°12 Tizi- Ouzou	026.18.26.94 05.51.92.23.34 05.52.55.69.39 G2RANTE	026.18.26.94	E-mail:rimenevoyages@gmail.com
24	SKY Tours	P / KHELIFA Youcef A/ KHELIFA Youcef	Local A1 ; Tikoubaine, Ouagnoune Tizi-Ouzou	026.44.04.59 05.50.22.29.65 07.70.69.55.02	026.44.04.59	E-mail: sky tours voyages@gmail.com Site Web :www.skytoursvoyages.com
25	AMARYLLIS VOYAGES	P / CHEMLOUL Abdenour A/ CHEMLOUL Abdenour	03, Rue de l'indépendance, Local n°01, Draa El Mizen, Tizi-Ouzou	026.13.55.72 05 56 49 58 59 07 78 44 85 09	026.13.55.72	E-mail:voyagesamaryllis@gmail.com
26	IOMNIUM VOYAGE	P / SARL représentée par M'OUALI Lounes A/ OUALI Masten	Local n°02, ilot n°14, lotissement « B », sortie Ouest, Tigzirt, Tizi-Ouzou	026.15.89.80 05.59.56.10.99 07.93.91.71.07	026.15.89.80	E-mail:IOMNIUMVOYAGE@GMAIL.COM
27	PLANET TRAVEL FOR YOU	P / DEBIANE Ghalia A/ DEBIANE Ghalia	Local n°05 et 06 02 deuxième étage- Rue des Frères Haouchine BAT Boudjemai, Tizi-Ouzou.	026.11.10.29 07.93.82.34.77 05.55.93.39.80	026.11.10.29	E-mail:ghaliadebiane@urplanethotels.com
28	TROIS PALMIERS VOYAGE	P/YAMANI Hamid A/BOUCHELAGHEM Abdesaber	Boulevard Krim Belkacem- Tiz-Ouzou	026.20.63.48 06.57.66.73.74 05.57.31.99.23	026.20.63.48	troispalmiersvoyages@gmail.com
29	LYNAM TRAVEL	P / AMRANE Sadia A/ KAKI Djamel	Local n°11, Avenue Krim Belkacem, résidence Thanina- GB16, Bt (AM/02) Tizi-Ouzou	026.20.53.92 05.52.05.83.96 07.70.48.92.26	026.20.53.92	E-mail:lynamtravel@gmail.com
30	ADEPT TOUR	P /SARL représentée par M' IGHOUBA Salim. A/KASDI Hassiba	Axe 1er Novembre, Bt A local n° 09 Tizi-Ouzou	026.10.39.31 05.54.60.80.87	026.10.39.31	E-mail: Adepttour@yahoo.fr
31	TIZI VOYAGE	P /SARL représentée par M' OUARAS Yacine. A/	Cité des 510 logts, Bt A03(Rez-de-chaussée), N°14 Krim Belkacem Tizi-Ouzou	026.11.12.71 05.50.48.99.34	026.11.12.71	E-mail:CONTACT@TIZIVOYAGE.com Site Web : www.tizivoyage.com
32	HOP AND GO VOYAGES	P /SLAIMI Samir A/ SLAIMI Samir	Bd Krim Belkacem, local n°03, classe 88,G.P 99 Tizi-Ouzou	026.11.82.16 05.40.87.71.44	026.20.63.98 026.20.64.03 026.20.65.05	E-mail: s.slaimi@hopandgovoyages.com
33	THINZER TOUR TOURISME	P /AMROUNMadjid A/TOUATI Samir	Rue des frères BOUTARINE,local C 029, Boghni Tizi-Ouzou	026.28.35.07 07.81.24.75.83 05.50.80.99.43	026.28.35.07	E-mail:thinzertour@gmail.com
34	ERRANCE VOYAGE	P/EURL représentée par Mr MAMOU Hamid A/MAMOU Hamid	Rue Amichi Ahcen, local n°01, centre Boghni Tizi-Ouzou	026.23.18.88 05.49.45.96.09 07.96.93.45.57	026.23.18.88	E-mail:errancevoyage1@gmail.com errancevoyages3gmail.com
35	THILISSA TOURS	P /HADJ BENABDELMOULA Kahina A/ HADJ	Rue des frères Touabi, local n°04 Bis, la nouvelle ville Tizi- Ouzou.	026 18 29 19 07.70.28.69.28 05.51.42.02.72	026 18 29 19	E-mail:thilissatours@gmail.com

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

		BENABDELMOULA Kahina				
36	TOURSMAG TRAVEL	P /SARL représentée par M ^{me} BOUDJEDAIMI Aghiles. A/BOUDJEDAIMI Aghiles	Local n°02 Rue des Frères Belhadj Cité A,Zhun Sud – Tizi-Ouzou.	026.20.97.64 05.58.46.26.10	026.20.97.64	E-mail: toursmag.travel@ gmail.com
37	YALAS TOURS	P /AGROUCHE Slimane A/	Carrefour 20 avril, la nouvelle ville,local n°04, Bt « A » Tizi-Ouzou.	026.18.27.95 05.57.18.95.01 05.58.36.31.36	026.18.27.95	E-mail: yalastours@gmail.com
38	AIR MITICA VOYAGE	P /MAKHOUKH Smail A/MAKHOUKH Smail	Rue des frères SLIMANI (ex rue KERRAD Rachid) local 05, Tizi-Ouzou	026.19.66.38 05.40.49.60.96 05.57.21.12.85	026.19.66.40	E-mail: airmiticavoyage15@gmail.com
39	GOING TRAVEL	P /SARL représentée par M ^{me} ADJAOUDI Ouahiba. A/ADJAOUDI Kahina	Avenue des frères BEGGAZ, bâtiment AMIOUD, cage "A", ilot n°15, Nvelle Vlle Tizi-Ouzou	026.11.44.44 07.76.90.60.56 07.70.20.50.04	026.11.44.44	E-mail: goingtravel2017@gmail.com
40	THERKAVE TOURS	P /DJEBBARA Ahcene A/DJEBBARA Ahcene	Local n°05, Beni Aissi centre, Beni Douala, Tizi-Ouzou.	026.40.83.63 05.61.70.42.18 06.62.58.09.52	026.40.83.63	E-mail: thearkavetours@gmail.com
41	REPOS VOYAGE	P /IKARBANE Mohammed A/DEBBACHE Choayb	Axe 1 ^{er} novembre lotissement THALA, local n°16 Tizi-Ouzou	026.11.18.79 05.50.44.18.28 05.60.12.81.87	026.11.18.79	E-mail: reposvoyage@gmail.com
42	AIRZAK VOYAGES	P /SLIMANI Farid A/SLIMANI Farid	Rue 1 ^{er} Novembre local n°088Tizi-Ouzou	026.19.14.67 06.65.73.34.48 05.52.42.26.50	026.19.14.67	E-mail: airzakvoyages@gmail.com
43	ZONE D'OR VOYAGE	P /EURL représentée par M ^{elle} NAILIAMal A/ NAILIAMal	Local n° 01 Résidence Thanina Bt E/01 -500 Logts Krim Belkacem Nouvelle Ville Tizi Ouzou	026.20.39.69 05.54.70.05.87	026.20.39.69	E-mail: zonedorvoyage@gmail.com
44	AKSEL MS VOYAGE	P /MOKRANI Sonia A/BOUREGBA Amina	07,Boulevard Stiti - Tizi-Ouzou	026.20.95.01 05.41.40.39.08 07.79.42.57.16	026.20.95.01	E-mail: contact@amsvoyage.com amsvoyage2019@gmail.com
45	INDEX VOYAGES	P /IGHOUBA Cherif A/	Cité 300Logts (RU), Bt N1, Escalier 03 EDC,Freha daïra de Azazga Tizi-Ouzou	026.45.76.80 05.53.77.40.92 06.63.09.70.06	026.45.76.80	E-mail: index voyage@yahoo.com
46	MONDIAL TOURS EXPRESS	P /SARL représentée par M ^{me} YAFSAH Achour. A/MELOUKI Mohamed Tahar	Village Taadja (Zone Industriel Oued Assi) Tizi Rached Tizi-Ouzou	026.41.34.28 026.41.34.29 07.75.89.65.00 06.98.15.01.02 05.61.81.67.41	026.41.34.28 026.41.34.29	E- mail: mondialtoursexpress2019@gmail.com Mondialtours.express@gmail.com
47	ALPAMAYOU TRAVEL AND TOURISME	P /BENELHADJ Kocella A/BENELHADJ Kocella	Lotissement cité B Taadila, lot n°06, parcelle n°18 bis, Zone Sud, Nouvelle Ville Tizi-Ouzou	026.18.28.40 05.56.66.95.41	026.18.28.40	E-mail: alpamayottravel@yahoo.com
48	TAZEKA VOYAGE	P /SARL représentée par M ^{me} ABAHRI Mourad. A/ABAHRI Mourad	107 Logts APC/CNEP, Boulevard Stiti Ali, Bt « B » n°07, Tizi-Ouzou	026.20.97.45 05.52.66.00.86	026.20.97.45	E-mail: TAZEKKA VOYAGE@yahoo.com

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

49	TUVAOU	P/OUELHADJ Fatima A/ OUELHADJ Fatima	Rue Colonel Amirouche BT « SOUK » Cité 80 Logts Ain EL Hammam –Tizi Ouzou.	026.48.58.25 06.61.13.29.45	026.48.58.25	E-mail : commercial@tuvaou.org direction@tuvaou.com Site Web : TUVAOU.com
50	READY TRAVEL	P/HABACHOU Celia A/HABACHOU Celia	Local N° 04 ,Lot N° 19/05 Du Lotissement ancienne ville Rue colonel Amirouche ,1 er étage ,bloc côté gauche Draa Ben Khedda-Tizi Ouzou	026.43.38.27 05.61.16.12.49 05.59.69.33.22	026.43.38.27	E-mail : Readytravel19@gmail.com
51	EDEN WORLD TRAVEL	P/CHENOUNE Arezki A/D'BICHI Feriel	Coopérative Immobilière « Horizon 200 » Cité Mohamed Boudiaf, Nouvelle Ville ,Bt B n° A 22,RDC –Tizi Ouzou	026.18.27.53 05 59 27 82 80	026.18.27.53	Email : a.chenoune@gmail.com
52	WITHOUT BORDERS TRAVEL	P/YOUNES CHAOUCH Ahmed A/ YOUNES CHAOUCH Ahmed	Local N° 14 A,1 er étage ,Azazga Tizi Ouzou	05.50.44.53.47 06.98.05.08.21 026.14.21.05	026.14.21.05	Email: wborderstravel@gmail.com
53	FINAL STEP TRAVEL	P/NOURINE Naziha A/NOURINE Naziha	Lotissement Amioud section 81 Ilot de propriété N° 144,RDC- Tizi-Ouzou	026.11.92.86 05.51.40.25.24	026.11.92.86	Email : fstfinalsteptravel@gmail.com
58	CHAHINEZ AGENCY	P/KHAMES Souad A/	Local n°02,sous-sol, Boulevard Mohamed Said Ouzeffoune Tizi –Ouzou.	026.19.10.51 05.50.62.75.10	026.19.10.51	Email: commercial@chahinezagency.com Site Web : chahinezagency.com
59	FACILITY VOYAGE ET TOURISME	P/EURL représentée par Mr HANICHE Mohamed A/HANICHE Mohamed	Local n°07 Bt n°02 cité APC/CNEP logements DRAA EL MIZANE Tizi-Ouzou.	026.13.22.22 07.76.36.34.46 07.75.61.86.68	/	Email : Facility.voyage@gmail.com
60	UNIVERS MONDIAL VOYAGE	P/DRIK Tinhinane A/	12 Rue Haouari Boumediene, Bt B 1 ^{ère} étage, section 57, ilot 22, Tizi-Ouzou	05 53 38 93 29 07.98.58.22.51	Fax :0982 402 274	Email ; mondial.vgs@gmail.com . Site web : univers modial.com.
61	BELKALEM AGENCY	P/EURL représenté par Mr BELKALEM Yacine A/ BELKALEM Yacine	Local n°10, cité 75 logts Bt C,Tadmait ,Draa Ben Khedda- Tizi Ouzou.	0667339021		Belkalem.yacine1@yahoo.fr
62	MOD VOYAGE	P/TAZOUNBIT Feriel A/ TAZOUNBIT Feriel	Bt Ade la batis Ghassoul/Boukeri,cité 120logts ,lot N°13 Tizirt Tizi Ouzou	026.15.84.63 05.54 13 49 68 05.56.26.00.58		Feriel tazoumbit1985@gmail.com Agence.modvoyage@gmail.com
63	GHELAMIRSO TRAVEL	P/TEBBAH Aldjia A/TEBBAH Aldjia	Zonne Sud ,Cité(A-),Ilot de propriété 50,Section 72,RDC,Tizi-Ouzou.	05.40..13.02.85 06.66.24.58.33		Aldjiatebah@hotmail.com

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

64	TRIP ZONE TRAVEL	P/HAMDANI Fethi A/ HAMDANI Fethi	Rue des frères OUTALEB,local N°02-Tizi- Ouzou.	026.20.05.44 05 40 30 49 93		TRIPZONE 16@gmail.com
65	IFIRELES TOUR	P/REZGUI Mohamed El Amine A/ /	Rue Kasri Amar .Local n°05- Tizi-Ouzou	06 70 15 35 12 05 53 03 08 25 06 61 86 76 23 026.19.82.27		racinestours@live.fr
66	DELLYS TOURS	P/SARL représentée par Mr MEZGHICHE Nouredine A/MEZGHICHE Nouredine	Avenue KRIM Belkacem,Local N°39 Bt E06,Cité 500Logts,GB15,Résidence Kahina ,parcelle N°06,Sous- Sol et RDC,Tizi-Ouzou.	05.54.05.03.84 05.54.08.34.38		Dellys-tour@outlook.fr
67	MIRA VOYAGE	P/SARL représentée par SEDDIK KHODJA Amira A/	Local N° 06,coopérative Immobilière AL-Amal- Lotissement B lotD,Nouvelle Ville-Tizi-Ouzou.	026.18.80.62 05.57.47.10.14	026.18.80.62	Mira.voyage87@gmail.com
68	AYDEN VOYAGE	P/RAHLI Juba A/RAHLI Juba	Local N° 21,Boulevard Houari Boumediene,1 ^{er} étage –Tizi- Ouzou.	/	/	/
69	CIANITA VOYAGE	P/SARL représentée par Mr A/TOUBAL Massil	Rue Lamali Ahmed 40 Logts.BT « B »Local N° 45 Tizi-Ouzou.	026 12 14 12 05 40 05 35 19		cianitavoyage@gmail.com
70	KZ VOYAGE	P/SARL représentée par Mme AIT AHMED Zahira . A/AIT AHMED Zahira	Bâtiment 4 Section 58,Ilot de Propriété 22,RDC-Tizi-Ouzou	05.50.95.30.77	/	/
71	PODIUM VOYAGES	P/AZOU Ali A/	Lot N°12 lotissement Amyoud ,local N°13 et 14 route de Hasnaoua Nouvelle- Ville –Tizi-Ou- zou.	026.11.27.04 06.61.26.84.79 06.59.20.67.63	026.11.27.04	Azouali90@gmail.com Podium.voyages@gmail.com
72	ELIANE MENANA TOURISME ET VOYAGE	P/MENANA Larbi A/OUKACI Sara	Bt 01 Rdc, section N° 02, Ain El Hamam-Tizi –Ouzou.	026 48 89 80 05 50 31 44 58 06 60 84 76 96	026 48 89 80	contacts@elianevoyage.com
73	MARTIRA VOYAGES	P/MADIOU Sid Ahmed A/MADIOU Sid Ahmed	02 Rue Bourahmoune Mohamed Akli ,Actuelle Rue Oubouzar Cherif-Tizi-Ouzou.	05 41 79 33 64 06 58 77 36 95	/	Buisnessmadiou@gmail.com
74	TITI VOYAGE	P/SARL représentée par Mr MOUKAH Sofiane A/TINEDGHAR Youcef	Rue des Frères Belhadj Quartier B,Nouvelle Ville – Tizi Ouzou.	05 61 71 11 16 07 70 98 64 96	/	Contact.titivoyage@gmail.com
75	SAM TOUR	P/SARL représentée par Mr KADDOUCHE Nassim A/ABBAS Amirouche	Tamazirt EL Khemis ,Batisse C local N°02 Maatkas-Tizi- Ouzou	05 59 25 45 48 05 52 54 13 98	/	Sam.tour@yahoo.fr
76	LOUIZ VOYAGE	P/ DJOUAHER Hamid A/ DJOUAHER Hamid	Rue de la route de hasaoua , lot amioud Bt C lot de propriété section 83 ilot 26	0550 28 82 50	/	DJOUAHER.HAMID@yahoo.fr

Chapitre 03 :

Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

			RDC Tizi-Ouzou.			
77	ATH YANNI TRAVEL	P/OGAL Hocine A/OGAL Hocine	Village Ait Larabaa, Local « B », Beni Yenni-Tizi-Ouzou.	05 50 09 97 58	/	/
78	HAMOUDI VOYAGE	P/HAMOUDI Zaki A/MERABTI Silia	Lotissement Vve Amirouche , Zone sud cité « A » Bt « B » local n°21	07 75 64 18 09		
79	EURL MYTHIC TRAVEL	P/EURL représentée par mr ACEM AHCENE A/ABIDAT Sidali	Local N° 01, cité 60 Logements Sociaux Participatifs de l'agence Foncière de Tigzirt, commune Tigzirt-Tizi-Ouzou.	05 50 23 90 72 07 82 22 59 08 05 55 72 18 14		
80	PARTAGE DU MOMENT	P/BELGUESMIA Thinhinane A/BELGUESMIA Thinhinane	Citée 16/80 LSP, Immeuble 01n°18 Site 01-Ouacif, Tizi- Ouzou	05 61 06 51 91		
81	AGENA TRAVEL	P/BOUKHATEM Omar A/MESNOUA Asma	12 Rue des frères Ouamrane, local n°03, Lotissement Hasnaoua Commune de Tizi-Ouzou	05.50.74.34.47 06.69.98.00.68		Skorpion-18@live.fr Ramyas1990@gmail.com
82	EDA PLUS	P/ACHIR Ryma A/ACHIR Ryma	Section 78 Ilot 173.1 ^{er} étage , local N° 07-Axe 1 ^{er} novembre , commune de Tizi- Ouzou-TIZI-OUZOU	05.54.99.64.74		RYMAACHIR@GMAIL.COM
83	LE COLIBRI DANAIS VOYAGES	P/IDJEROUIDENE Ouiza A/IDJEROUIDENE Ouiza	Bâtiment situé au coin entre deux ruelle Houari Boumediene et Kaci Ihadaden, 1 ^{er} étage commune de Tizi-Ouzou –TIZI-OUZO	05.60.08.73.24		
84	ASWEL TRAVEL SERVICE	P/SMAIL ELIAS P/SMAIL ELIAS	Zone Ouest N°103, Lotissement 42, Section N°35 Local N°B3, RDC-TIZI- OUZOU	026 19 60 58 05.56.25.79.59 0792 36 20 13	026 19 60 58	asweltravel@gmail.com site web : www.aswel-travel.com
85	YAHMI TURISMO	P/SARL représentée par mr YAHMI Mohamed A/YAHMI SALAH	Rue Chafai Ahmed , Local « A », RDC Commune de Tigzirt-Tizi-Ouzou.	05.50.99.06.29 07.76.58.02.01		
86	RAMSES TRAVEL	P/CHEDEDED Ramdane A/BOUCHELAGHAM Adel	Rue des Frères Beggaz, Nouvelle Ville, Section 81, GP49, Lots N°07 et 08, Locaux n°07 et 08 , commune et daïra tizi-ouzou	05 52 99 67 90 06 61 64 82 84		Chrams2021@yahoo.com
TOTAL=			86			

Liste ATV (Succursales)

N°	Dénomination	Propriétaire/ Agent	Adresse	Tel	Fax	Observation
01	ONAT(Succursale)	P/ SPA ONAT A/ GUENDOULI Farida	03, Rue LARBI Ben M'Hidi Tizi-Ouzou	026.19.61.71	026.19.61.73	E-mail : tizionat@yahoo.fr Site web : www.onat.dz
02	TVA(Succursale)	P/ SPA Touring Voyages Algérie A/ ZEGHDOUD Rabah	Bd Colonel Mellah Maison de L' Artisanat Tizi-Ouzou	026.19.03.03 026.19.04.04 026.19.03.21 07.70.89.56.73	026.19.04.04 026.19.03.21	E-mail : tva-tizi@touringalgeria.com touringvoyages.tizi@gmail.com Site Web : www.touring- algerie.com
03	SOLEIL VOYAGES/SOLEIL TOURS (Succursale)	P/ SARL représentée par Mr BENYOUNES Reda A/ BENYOUNES Akli	Cité 166 logts EIGR Bt « A » n°51 et 79 et 80 en Face rue ELARBI BEN M'HIDI Tizi- Ouzou	026.20.17.20 026.20.19.68 026.20.21.37 07.72.53.53.58	026. 20.17.20	E-mail : alger@soleil-voyages.net Site Web : www.soleilvoyages.com
04	EL AHRAR TOURISME ET VOYAGE (SUCCURSALE)	P/SARL El Ahrar Tourisme et Voyage représentée par M ^r SAIDI Mohammed A/	Coopérative immobilière THIZII 01 Local n°02 DBK	026.27.45.82 05.51.04.64.66 05.51.64.61.75 05.53.22.41.99	026.27.45.82	E-mail : elahradbk@gmail.com
05	MEDI SOL VOYAGES (succursale)	P /EURL représentée par M ^r NAILI Abdelhak A/ HAMOURAchour	Cité 20 Août, Bt C2 rez- de-chaussée, local n°01Tizi-Ouzou	026.19.62.60 05.60.03.74.50	026.19.62.60	E-mail: Site Web : www.medisolvoyage.com
06	DRARIA TOURS(succursale)	P/SEBBACHE Hakim A/CHEMLOUL Brahim	TOUARES 01 lot N°124 local N°03 - Draa Ben Khedda- Tizi-Ouzou.	31/12/2019	0770254051 0557727024	Dr.guemraoui@gmail.com
07	SKY TOURS « succursale »	P/KHELIFA Youcef A/BOUGUEDOUR Fatma	Local n°01 –Immeuble MHELBI-Gare des Voyageurs-AZAZGA- Tizi-Ouzou	24/08/2021	026.44.04.59 05.50.22.29.65 07.70.69.55.02 05.55.87.78.46	026.44.04.59 E-mail: sky tours voyages@gmail.com direction@skytoursvoyages.com Site Web : www.skytoursvoyages.com
Total=07						

Section 02 : Promotion du tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Cette promotion rentre dans le cadre de création d'un projet par l'association culturelle majeure de cette association qui veille à la préservation du patrimoine touristique de la wilaya. Nous allons voir à travers cette section c'est quoi ce projet ? Et Quelles sont ces objectifs dans le cadre du tourisme solidaire ?

2.1. Présentation de l'association Amusnaw

Avant de présenter cette association, nous allons d'abord expliquer la notion d'association.

2.1.1. Définition de la notion d'association

L'association est une organisation de la société civile, à but non lucratif, apolitique et religieuse, créée par deux personnes ou plus pour mettre en commun leurs moyens à des fins autres que le partage des bénéfices. Les membres de la coopérative n'en retirent aucun avantage matériel.

L'association recherche le bénéfice des autres de manière désintéressée. Elle peut poursuivre des objectifs sportifs, culturels, aider les personnes handicapées, les femmes, les enfants, la protection de l'environnement, l'alphabétisation, soutenir la création de toutes petites entreprises, AGR ou coopératives....

2.1.2. L'association Amusnaw

L'association a été fondée en 1991 et a son siège à Tizi Ouzou en kabyle, au départ pour promouvoir des manifestations culturelles spécifiques. Depuis, il s'est adapté au contexte qu'il évoque et tente de répondre aux autres besoins de la population mouvante, notamment les jeunes et les femmes. Ses principales activités sont :

- Créer une dynamique sociale au sein de la population locale ;
- Développement des zones rurales par la mise en place d'un tourisme solidaire ;
- Promouvoir les activités culturelles et touristiques ;
- Le développement de l'économie locale ;
- Conseils sur la formation des jeunes et des femmes.

2.2. La naissance du projet de tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Marseille Méditerranée lors de la marche mondiale des femmes à Marseille. (Entre violence et opinion), l'initiative du collectif (Black SpringWomen)qui a eu lieu pendant la marche, un projet sur le tourisme solidaire a pris forme. Le projet se résume à la construction d'un hôtel de campagne en Kabylie.

En mars 2006, une rencontre a eu lieu entre les trois associations du forum des femmes de la méditerranée, le collectif des femmes du printemps noir et l'association Amusnaw à

Marseille, qui abouti à une rencontre entre les trois associations visant à valoriser le travail des femmes et à prendre du poids.

Projet financé par l'Ambassade de France en Algérie.

2.2.1. Description du projet de tourisme solidaire à Tizi-Ouzou

Le projet de tourisme solidaire mis en place dans la province de Tizi-Ouzou met un accent particulier sur les activités génératrices de revenus pour les femmes. Le projet s'inscrit spécifiquement dans le cadre du commerce équitable, ce qui signifie que les femmes et les jeunes doivent être formés et annoncés pour leurs activités, les personnes impliquées sont payées plus équitablement que le travail des enfants, et enfin, les ressources dans les villages naturels sont respectées et protégées, et des plans sont faits pour établir un fonds de développement local, qui vise à utiliser les revenus pour améliorer l'infrastructure du village. Il s'agit aussi de mettre en place un fonds de pension pour les porteurs de projets touristiques et artisanaux.

2.2.2. Les partenaires du projet du tourisme solidaire à Tizi-Ouzou

Les étrangers du secteur touristique manifestent un grand intérêt pour ce produit touristique, d'autant plus que la destination Kabylie, qui viendra s'ajouter à leur catalogue, saura à coup sûr séduire leur clientèle. Le projet Tourisme Solidaire compte des partenaires français et algériens.

2.2.2.1. Les partenaires français

Le forum femmes Méditerranée (FFM) de Marseille.

2.2.2.2 Les partenaires algériens

- Les comités de villages, les associations locales ainsi que les collectivités territoriales ;
- Les partenaires algériens porteurs du projet, travaillent en étroite collaboration avec les services de police locaux pour la mise en place du projet ;
- Tous les partenaires travaillent actuellement ensemble sur le projet de tourisme solidaire à Tizi-Ouzou , leurs principales missions consistent à :
- Rechercher des gîtes pour réaliser le projet selon les critères préalablement définis du tourisme solidaire pour l'autonomisation des femmes ;
- Travailler sur tous les aspects logistiques sur place pour une bonne marche du projet (sécurité, transport, réservation, disponibilité, circuits et visites, planifications des activités) ;
- S'assurer de la bonne marche des opérations pour la formation des femmes, la déclaration des activités, la mise en place du fond de développement local ;

- Identifier les blocages pour qu'ils puissent ensemble préparer des formations lors des prochaines rencontres, avec la demande et les besoins.

2.2.3. Le contexte général du projet

Le projet de tourisme solidaire a débuté dans la région de Kabylie, notamment dans les provinces du Tizi-Ouzou et va progressivement s'étendre à d'autres régions. Il comprend la création de quelques activités génératrices de revenus qui accompagnent la formation, principalement pour des projets ou l'association à plusieurs objectifs à atteindre.

2.2.3.1. Les objectifs du projet

Dans ce point nous allons distinguer deux types d'objectifs qui sont :

▪ Les objectifs initiaux

Amusnaw s'est fixé une série d'objectifs lors de la mise en œuvre du projet de tourisme solidaire Tizi-Ouzou, qui selon les initiateurs du projet, comprend : promouvoir le travail et la rémunération des femmes, la revalorisation de la culture et du patrimoine de la wilaya de Tizi-Ouzou, réduire l'exode rural et la migration, créer des femmes et le méditerranéen label pour le tourisme solidaire.

▪ Les objectifs développés

Dans le cadre de ce projet les objectifs développés portent sur les points suivants :

- Création d'emplois permanents et /ou saisonniers et améliorations des infrastructures locales ;
- Création d'emplois saisonniers pour les femmes et les jeunes (dont 50 à 80 familles peuvent bénéficier ;
- augmenter les revenus des commerçants ;
- créer des emplois permanents dans la collecte des déchets et l'entretien des infrastructures ;
- créer un lieu financé par les bénéfices touristiques fonds de développement (routes, entretien des sources, restauration de monuments...).

Pour y parvenir objectifs, l'association a mis en place des hébergements solidaires dans cinq villages pilotes, où des familles sont sélectionnées pour accueillir des touristes dans chaque village.

Les bénéfices des activités touristiques sont utilisés pour l'ensemble de la communauté, permettant aux micro-projets de profiter à tous. Ils sont mis en place avec l'ensemble de la population, dans les domaines tels que la santé, l'éducation, la formation ou la mise en place d'infrastructures.

2.2.3.2. Les villages pilotes

Le service de coopération de l'ambassadeur de France en Algérie, qui a financé la mise en œuvre du projet de tourisme solidaire à la demande des deux partenaires, a proposé de démarrer le projet dans cinq villages pilotes et de l'étendre à d'autres villages après s'être assuré de sa faisabilité. En effet, l'attractivité de la Kabylie en tant que destination touristique dépend encore de la situation sécuritaire dans le pays.

Les villages qui ont été visités et semblent les plus prêts à mettre en œuvre le projet sont : Ath Yenni (Beni Yenni), Maatkas, Azzefoun, Zoubga et Taourirtmokran. Chacun d'eux a une fonction spécifique.

- Ath Yenni Nichée à quelque 900 mètres et faisant face au majestueux Djurdjura a une longue tradition touristique liée à l'artisanat du bijou qui a démarré au 14^{ème} siècle, et dans son patrimoine, ce village garde des vestiges de la présence turque.
- Maatkas est un village de tradition potière, riche d'un patrimoine en poterie digne d'un musée, ce village est un modèle pour la transmission du métier de potier aux nouvelles générations.
- Azzefoun possède un impressionnant patrimoine en ruines romaines et se trouve sur une falaise au bord de la mer.
- Zoubga, au pied du Djurdjura, est un modèle de village écologique en autogestion. Le choix de ce village est basé sur les commodités offertes par ce village qui se distingue, autre son cadre de vie agréable et situé en plein montagne, par son schéma d'organisation sociale.
- TaourirtMokrane, un des plus grands villages de Kabylie, à 3 km de Larbaa Nath Iraten possède une troupe de danse folklorique et une association de village où les jeunes essaient de jouer un rôle dans le développement local vers la modernité.

Afin de développer un modèle de développement local pour l'autonomisation des femmes par le tourisme solidaire dans tout le bassin méditerranéen, le Forum des femmes de la Méditerranée a élaboré un ensemble de normes pour les villages d'accueil qu'ils doivent respecter. Parmi ces critères :

- La création d'activités génératrices de revenus est une priorité pour les femmes, et a déclaré que, y compris pour les cotisations à la caisse de retraite, ces femmes ont des comptes bancaires individuels pour gérer des activités génératrices de revenus de manière autonome ;
- Les projets de tourisme solidaire sont gérés collectivement par l'ensemble du village, et non la somme de petites sommes d'argent des projets individuels, toute la population

participant à le projet, les femmes, hommes et jeunes, sont formées sur les approches genre dans le commerce équitable, Les formations nécessaires à la gestion et au développement durable de leurs activités génératrices de revenus, et elles ont une voix dans les délibérations lors de l'Assemblée générale et des réunions de gestion villageoise ;

- Que les personnes perçoivent une juste rémunération par rapport au travail effectué dans l'activité ;
- Qu'aucun enfant de moins de 16 ans ne travaille dans le village et que tous les enfants soient scolarisés ;
- Que les ressources du village soient préservées ;
- Le comité villageois est en mesure de restituer, sur demande, au Forum des femmes de la Méditerranée et aux visiteurs annuellement le détail des recettes et dépenses affectées au fonds de développement local ;
- Que les projets générateurs de revenus concernant l'hébergement et la restauration respectent les normes d'hygiènes et de confort élémentaire ;
- les prestations offertes au visiteur avant son arrivée sont exactement les identique à celui que le visiteur retrouve au sol.

2.2.3.3. Les activités susceptibles d'être développées par la mise en place du projet du tourisme solidaire à Tizi-Ouzou

Le projet de tourisme solidaire dans la région de Tizi-Ouzou comprend la création de plusieurs activités génératrices de revenus dont :

▪ Chambre d'hôtes (hébergement chez l'habitant) :

- Les voyageurs sont accueillis chez les ménages qui les hébergent ;
- L'accueil est personnalisé ;
- La chambre est soumise au prix de la nuit et le petit-déjeuner fait partie de la réception, qui est un service groupé ;
- Le petit-déjeuner se savoure en famille dans la salle à manger ou la cuisine.

▪ Tables d'hôtes (restauration chez l'habitant)

- Les dîners de famille se font principalement à table le soir moyennant un forfait ;
- Les repas sur table ont un fort caractère convivial ;
- Il permet de discuter avec les propriétaires et les autres résidents autour de plats, souvent régionaux ;
- Réservée exclusivement aux personnes séjournant en chambres d'hôtes, la table d'hôtes permet de prolonger la communication et la convivialité avec les propriétaires des

hébergements, l'occasion de partager des repas familiaux ou gastronomiques et de déguster de délicieux produits méditerranéens.

▪ **Gîte (location de maison ou d'appartement indépendants)**

- La localisation d'une maison individuelle ou d'un appartement ;
- Un gîte ou gîte rural est un bâtiment d'habitation à usage d'hébergement touristique pour les vacanciers en général en milieu rural ;
- Le terme cottage est parfois confondu avec bed and breakfast, mais il s'agit en fait de deux types d'hébergement différents ;
- Les chambres d'hôtes doivent vivre avec un local et le petit-déjeuner est servi chaque matin ;
- Est une location saisonnière d'un bâtiment autonome.

▪ **L'artisanat**

La vente de divers objets artisanaux (poterie, bijouterie, broderie, vannerie, tapis...) sera un retour aux artisans du village qui augmenteront leur production car les voyageurs aiment toujours emporter avec eux un objet qui deviendra un souvenir d'un voyage champêtre.

▪ **La commercialisation des produits du terroir**

Huile d'olive, fruits, miel, thé... Ces différents produits doivent être présents au moment du repas pour être présentés au voyageur, ainsi la vente de ces produits locaux se fera directement aux habitants.

▪ **Des visites guidées**

- Un guide culturel est une personne dont l'activité est d'accompagner les touristes dans la découverte d'attractions touristiques ou de sites patrimoniaux et de leur fournir des initiations commentées ;
- Le cœur de métier du guide est la présentation du patrimoine sous toutes ses formes (matérielle et immatérielle) à différents types de publics, touristiques ou non ;
- Le guide permet ainsi aux voyageurs qu'il accompagne de mieux connaître et de mieux comprendre l'héritage local, grâce à des visites qu'il conçoit et /ou anime.

Des ateliers d'artisanat sur les savoirs faire traditionnels ;

Des cours de langue, chant, danse ou musique ;

Des animations culturelles :

Qui peuvent être des soirées musical, des pièces de théâtre, animées les jeunes du village.

2.3. Les moyens et stratégies utilisées pour la mise en place du projet

Pour la mise en place et fin de mener à bien le projet du tourisme solidaire à Tizi-Ouzou, plusieurs moyens et outils ont été utilisé par les promoteurs de ce projet. Parmi ces moyens :

- L'implication de toute la population avec une approche genre ;
- La mise en place d'une charte éthique ;
- La préparation à l'accueil en amont des populations ;
- La préparation au voyage en amont des voyageurs ;
- La formation et sensibilisation des hôtes et des visiteurs sur la préservation des ressources naturelles ;
- La création d'un fond de retraite pour les porteurs de projet touristiques et artisanaux.

2.3.1. Les stratégie de commercialisation du projet

Pour la commercialisation du projet, ils sont basés sur les produits de consommation courante de la région.

2.3.1.1. Utilisation dans la confection des repas des produits de consommation courante locaux

Huile d'olives, miel, thé, menthe, lait de chèvre, vache ou brebis frais, légumes.

2.3.1.2. Organisation de semaines à thème

Comme la fête de l'huile d'olive, fête des pâtisseries traditionnelles et la vente directe des produits locaux chez l'habitant.

Poterie, du bijou, du tapis, de la cerise, festival de la chanson amazigh (berbère), festival de danse folkloriques, festival de la poésie (français, arabe, amazigh).

2.3.2. Les étapes de réalisation du projet

Pour la réalisation de ce projet de tourisme solidaire, Amusnaw a suivi une démarche qui comporte les énumérées dans le tableau suivant :

Tableau n°8 : la démarche de réalisation de tourisme solidaire

Les différentes phases du projet	Leurs contenus
Phase préparatoire	Détermination des zones d'intérêt touristique et sélection des villages ayant un fort potentiel ; - Information et sensibilisation des villages sur le thème du tourisme solidaire ; - Recensement des familles et artisans à impliquer dans le projet à Zoubga et Tirurda ; - Approbation de la charte par les villages concernés et signature d'une convention, cette charte sera comme un contrat moral, qui invite le voyageur à respecter les règles de vie commune propre à chaque village et à ne pas prendre de risque qui mettent en péril sa sécurité ; - Organisation d'un colloque sur le tourisme solidaire en Algérie, août 2007, en partenariat avec l'association Teneflit, club Unesco, l'APC d'Ath Yenni ; - Réflexion du développement du projet dans le cadre du réseau AREMDTS (Agir responsable en Méditerranée par le Développement du tourisme solidaire).
Phase de réalisation	- Identification des villages qui ont des potentialités touristiques ; - Lancement de la page web en septembre 2007 ; - Lancement des plaquettes pour l'accueil en octobre 2008 ; - Formation à l'accueil en tourisme solidaire et guides touristiques et coordination de la caravane tourisme solidaire en Algérie en 2010 ; - Organisation d'ateliers avec les cadres associatifs et comités de villages pour la réalisation de circuits, juin 2010 et juillet 2011, la mise en réseau des associations autour de thématique tourisme solidaire ; - Organisation d'un échange de pratiques en tourisme solidaire entre les villages de Zoubga, Tirurda et les associations de Tipaza, Bouira et village Djebba, août 2010. - Réalisation d'un programme de formation professionnelle des propriétaires des gîtes et familles d'accueils ; - Réalisation de documents d'information et de promotion et d'outils de diffusion ; - Promotion d'action d'accompagnement au niveau villageois (déchets, assainissement) ; - Réalisation de 14 voyages test avec les français, marocains, espagnols, algériens et les belges ; - L'association départ des Hautes Alpes, a lancé une plaquette sur le tourisme solidaire en Algérie, avec un voyage Kabylie, et un autre à Timimoune ; - Le projet a été présenté dans des colloques et rencontres (Med coop, France 2006, ENSH, Sidi Fredj 2007, FITS Marseille 2008 ...)
Phase de renforcement et de suivie	- Préparation avec d'autres associations, la plaquette Algérie tourisme solidaire, pour les prochains RDV du FITS et maintenant des propositions de commercialisation se font à des tours opérateurs ; Départ, Viagisolidari, ATES.

Source : établie par les étudiants.

2.4. L'organisation de villages d'accueils

Le village d'accueil est une structure d'hébergement en style traditionnel conçu dans le respect de son environnement. Les villages d'accueils doivent être organisés pour recevoir les groupes de voyageurs lors de leur séjour, il ne faut pas que ces groupes soient nombreux et que les séjours soient longs à fin de ne pas créer pression sur la nature et la population locale. Les maisons d'accueil doivent avoir un confort simple : chambre double, salon, cuisine, toilette et salle de bain. Les repas qui seront servis doivent être à base de produits locaux, pour donner l'occasion aux voyageurs de découvrir progressivement la vie quotidienne. Les traditions et la culture du village et de son terroir pour mieux en comprendre sa richesse et sa complexité, un programme d'animation doit être organisé afin de rythmer ces séjours, en combinant visites, excursions, activités artisanales, soirées culturelles, rencontre et débats, randonnée. ...

2.5. Les produits proposés par l'association Amusnaw

L'association propose une grande variété de pistes. En effet, chaque piste permet de profiter pleinement des attraits culturels et naturels de la région, tandis que chacune possède ses propres caractéristiques pour mieux accueillir les visiteurs. De plus, ces visites varient en durée, allant de 3 heures à une journée, afin que les voyageurs puissent toujours trouver l'option qui leur convient le mieux. Enfin, le guide conférencier a une connaissance approfondie des lieux et des régions visités et peut personnaliser et ajuster le circuit en fonction des exigences spécifiques du client.

De plus, le fait que l'association travaille avec les habitants et les collectivités locales rend possibles les rencontres entre touristes locaux. Ces rencontres sont importantes car elles permettent aux visiteurs de découvrir la culture locale et aussi de s'initier à l'histoire et aux coutumes de la région.

Les informations fournies par les locaux sont souvent complétées par les informations fournies par le guide touristique pour répondre à certaines questions du voyageur auxquelles le guide touristique ne sait pas répondre.

Section 03 : L'analyse des résultats de l'enquête

Dans notre analyse on va essayer d'établir l'impact de tourisme solidaire sur le développement locale dans la wilaya de Tizi-Ouzou pour répondre à notre problématique nous avons fait l'analyse des résultats de notre enquête.

3.1. Présentation de l'enquête

A partir d'une grille d'étude qui a été faite, un diagnostic a été effectué dans le cadre de notre territoire choisi. L'étude a porté sur les initiatives solidaires dans le village AZRA.

Le diagnostic a été fait à partir des sources documentaires et d'entretiens effectués auprès des acteurs territoriaux de village à savoir : le comité du village, les associations

3.1.1. L'objectif de l'enquête

L'objectif de notre enquête est de rechercher la contribution des initiatives solidaires de village AZRA et au développement territorial durable.

Ceci nous permettra de voir comment ces initiatives engendrent une dynamique à la foi socioéconomique dans le territoire de façon à améliorer la situation du village et le niveau de vie de la population. L'enquête nous a aidés également dans l'identification du rôle de secteurs de développement territorial dans la construction du territoire pour un développement territorial durable.

3.1.2. Méthodologie de recherche

Pour apporter des réponses à ces questions ainsi que pour vérifier nos hypothèses de recherche nous nous sommes appuyés sur une enquête de terrain menée dans le village AZRA.

Cette enquête nous recensera-les initiatives solidaires de ce village et qui ont contribué au développement de leur territoire. L'enquête a été faite à partir d'un guide d'entretien que nous avons élaboré et distribué, ce guide comprend des questions ouverte, chaque question est subdivisée en sous question et a été administré durant le mois septembre 2022.

Le questionnaire se compose de deux parties, la première est destinée pour le comité du village, la deuxième partie est faite pour l'association du village (voir l'annexe n 1et 2).

A travers notre enquête on a essayé de reprendre à la problématique posée : Quelle est l'impact socio-économique de l'activité touristique sur le développement local ?

Pour arriver à reprendre a notre problématique, nous avons formulés les hypothèses suivantes :

- **Hypothèse 01** : Le tourisme solidaire est un vecteur de développement local
- **Hypothèse 02** : La culture du tourisme solidaire enregistre un retard.

3.1.3. Les difficultés rencontrées

Durant la réalisation de l'enquête nous avons été confrontés à une multitude de contraintes, nous signalant principalement ;

- La contrainte temps et lieu ;
- Manque d'expérience pour réaliser cette enquête ;
- L'aspect réservé de certains acteurs territoriaux à fournir certaine information ;
- Manque de données quantitatives.

3.2. Résultats et discussions de l'enquête menée au village Azra

3.2.1. Présentation de village Azra

Le village Azra surplombe toute la région de Tigzirt au Nord, d'Azeffoun vers l'Est et de Mizrana jusqu'à Dellys à l'Ouest, à 45 km au nord de Tizi-Ouzou, a été primé lauréat de la 8ème édition du concours Rabah Aissat du village le plus propre de la wilaya organisé par l'Assemblée populaire de wilaya.

Une fontaine qui remonte à la période ottomane témoigne, en outre, de l'importance de cette position stratégique qui n'a pas échappé aux envahisseurs qui avaient fait construire un poste de surveillance militaire surplombant la route vers Tigzirt, par les habitants eux-mêmes obligés de transporter les pierres de leurs propres maisons détruites.

"Chaque pierre de cette guérite contient un pan de la mémoire du village. Nos grands-parents avaient été obligé de transporter les pierres de leurs maisons détruites par l'armée française pour la construire eux-mêmes sous la contrainte", souligne Rabah Fegunounou, l'instituteur du village, aujourd'hui à la retraite, mais, très impliqué dans cette aventure.

L'aventure avait commencé en 2018 avec l'élection d'un comité de village qui s'est de suite mis au travail avec les moyens du bord. "On n'avait pas grand chose et on peinait à trouver les ressources et à mobiliser grand monde", raconte Mustapha Harfouche, un des membres du comité.

Toutefois, la 10^{ème} place obtenue lors de la 7^{ème} édition du concours en 2019, a été comme un déclic pour les habitants. "Ce n'était pas un échec ou une déception car nous savions que nous nous étions alors préparé de manière rudimentaire, mais, un défi qui avait permis la mobilisation de tout le village, en se disant que c'est possible", note M. Harfouche.

Commence alors un véritable chantier de transformation du village et tout le monde a mis la main à la pâte. Un volontariat hebdomadaire fut alors instauré et avec le concours de certains généreux donateurs, de l'Assemblée populaire communale (APC) et de la communauté villageoise à l'étranger, le rêve commençait à prendre forme.

Cette dernière, que ce soit en Europe ou en Amérique, a organisé des cagnottes qui ont permis aux villageois d'acquérir les matériaux nécessaires et à procéder avec le concours de l'APC et des donateurs au bitumage de la route traversant le village.

Figure n°08 : vu général du village AZRA



Source : Photo porte par nous même

Tableau N°9 : Répartition de la population selon le sexe

SEXE	EFFECTIFS	PORCENTAGE
HOMME	935	60,05
FEMME	622	39,95
TOTAL	1557	100

Source : Etabli par nous même à base des résultats de l'enquête

- Le pourcentage de l'effectif homme représente 60,05% du total de la population.
- Le pourcentage de l'effective femme représente 39,95% du total de la population

3.2.2. Acteurs et organisation au village AZRA

3.2.2.1 Acteurs du village

Il existe trois structures d'action solidaire qui combinent des ressources pour faire émerger une vie par la solidarité dans le village AZRA à savoir.

▪ Le comité de village

Le comité du village est un véritable espace public. Fonctionnant essentiellement à base de lois ancestrales (présence obligatoire pour tous les hommes majeurs aux assemblées, prise de décision sur consensus après débat général basé sur l'argumentation où la prise de

parole est attendue de tous les présents...). Le comité du village statue sur toutes les questions qui engagent l'intérêt de la collectivité villageoise (aménagement, règlement de conflits, régulation, etc.).

Par le passé, le comité de village est dirigé par un des plus âgés jouissant de sagesse et d'expérience avérés, alors qu'aujourd'hui, son président est juste à la quarantaine.

Autre innovation est que par le passé, les membres du village contribuent à part égale avec une cotisation obligatoire à chaque fois qu'il y a un projet à réaliser, et ce pour combler le manque à la caisse du comité par rapport au montant du projet. Aujourd'hui, les villageois, ne payent pas des cotisations, mais tout le monde participe aux travaux.

Le conseil d'administration au village AZRA est constitué de :

- Président ;
- Secrétariat ;
- Comptable ;
- Et membres.

Selon les articles 01 et 03, l'objectif du comité est la recherche des solutions aux problèmes relatifs au développement et à l'amélioration du cadre de vie des villageois, et aussi ils représentent légitime des villageois, après son élection nulle personne ne peut contester sa légitimité.

▪ Les associations :

On relève dans le village l'existence d'une association active dans le domaine de l'environnement, de la jeunesse, du sport et de la culture.

A. L'association comité de village AZRA Tifra

C'est une association qui regroupe tous les citoyens du village d'AZRA. Cette association est dirigée par un comité élu par l'ensemble des habitants du village d'AZRA-TIFRA. Ce comité baptisé « comité de village AZRA », est dirigé par un président désigné pour une durée de 03 années renouvelable.

B. L'objectif de l'association

Les principaux domaines d'intervention et les objectifs pour suivis par l'association sont :

- Tri sélectif des déchets ;
- Compostage ;
- Nettoyage des routes, quartiers ;
- Plantation d'arbres ;
- Nettoyage des sites et placettes dans la forêt.

▪ Les comités de citoyens en émigration

Depuis toujours, les citoyens kabyles en émigration reconstituent dans chaque pays de résidence une Djemaa informelle par village avec un président élu, dont la mission principale de réunir des cotisations pour apporter un soutien financier et matériel au village.

Les citoyens du village AZRA constitué trois comités de citoyens en émigration, ils sont regroupés dans trois endroits : à Paris, à Marseille et au Canada. Leurs rôles est de réunir des cotisations mensuelles obligatoires variant de 5 euros par mois et par personne.

Ces cotisations représentent la contribution des citoyens en émigration au financement des projets du village et une compensation de leur non-participation aux travaux de volontariat.

3.2.3. Le mode d'organisation

Le village en Kabylie est structuré par une organisation sociale ancestrale basée

- essentiellement sur le rôle du conseil du village (Tajmaat) qui représente une institution villageoise permanente de délibération collective réunissant périodiquement les adultes du village. Chaque village dispose des spécificités dans son mode d'organisation sociale et dans le fonctionnement de ses principales institutions qui sont essentiellement le conseil du village et le comité du village.

3.2.4. L'analyse et interprétation des résultats de l'enquête

Dans ce point, on va essayer d'analyser les résultats de l'enquête menée dans le village AZRA cette enquête est faite par entretien auprès du comité du village et les associations qui ont répondu à nos questionnements, l'approche de cette enquête est qualitative. Et les réponses obtenues sont qualitatives aussi, ce qui a été une contrainte pour analyser les données recueillies.

▪ Equipement solidaire

- Fontaines aménagées ;
- Bibliothèque ;
- Air de jeu ;
- Tadjma3th ;
- Sanitaire public.

A travers ces données, nous pouvons dire que le village AZRA, est l'un des villages qui ont fait des progrès à la fois social, et environnemental donnant une leçon d'un travail collectif basé sur la mobilisation des acteurs territoriaux.

3.2.5. La solidarité au village AZRA

3.2.5.1. Le travail collectif solidaire

Dans le village AZRA, avec l'absence de l'Etat régulateur, tout ce qu'a été réalisée est fait par les villageois, grâce à un travail collectif solidaire pour trouver des solutions aux problèmes communs en construisant des projets d'intérêt collectif.

3.2.5.2. Le financement des projets au village

Selon les repenses du comité, le village arrive à mobilisé des financements à travers les cotisations et les dons :

- **Les cotisations** : des financements des projets réalisés dans le village à travers la contribution de la communauté villageoise. On ce qui concerne la communauté émigré.

Selon l'Article n°10 : le montant des cotisations est fixé à 1000,00 dinar pour toute personne en exercice (disposant d'un travail) et :

- Mariée (quel que soit son âge)
- Célibataire (âgés de 30ans et plus)

Le montant de la cotisation est révisable par l'assemblée générale. Sont concernés par ces cotisations tous les résidents, au village et hors du village (hormis ceux qui résident à l'étranger)

Les membres de comité de village sont chargés de la collecte de ces cotisations, auprès des membres de leur famille respective, avant le 30 septembre de chaque année.

Une pénalité de retard de 50% sera appliquée en cas de retard (après le 30 septembre, tout cotisant ayant occasionné un retard dans le paiement de sa cotisation, doit régler un montant de 1500 da au lieu de 1000 da prévu initialement).

- **Les dons** : ce sont des financements constitués de la catégorie de citoyens du village ayant, pour fonction (entrepreneurs, commerçants, cadres), des possibilités de contribution appréciable au financement de projets d'intérêt collectif.
- **Les subventions**: des financements qui sont donnée aux associations par les différentes institutions publiques (assemblée populaire communale, assemblée Populaire de wilaya, etc.).

Figure n°9 : Solidarité des villageois pour la création d' un manage



Source : Etabli Google photos

3.2.6. L'organisation au village AZRA

3.2.6.1. le mode d'organisation au village AZRA

Le village en Kabylie est structuré par une organisation sociale ancestrale basée essentiellement sur le rôle du conseil du village (*Tajmaat*) qui représente une institution villageoise permanente de délibération collective réunissant périodiquement les adultes du village. Chaque village dispose des spécificités dans son mode d'organisation sociale et dans le fonctionnement des ses principales institutions qui sont essentiellement le conseil du village et le comité du village.

▪ L'organisation sociale de village AZRA

Chaque week-end, particulièrement, les mains bénévoles se multiplient pour venir collecter et trier les déchets amoncelés et entreprendre des travaux à travers les quatre coins de cette localité, où l'esprit de solidarité et d'entraide est ressuscité de manière à donner au village une allure plus attrayante. *«Les actions de volontariat se déroulent dans une ambiance bon enfant, où les volontaires ont retroussé les manches pour ramasser les déchets et travailler, parfois, toute la journée, sans répit, pour finaliser les travaux»*, nous précise un membre du comité de village.

Cette structure est très active, dans la mesure où les volontariats ne se limitent pas juste à des actions de nettoyage. *«La solidarité est la seule et unique planche de salut pour sortir de l'enclavement et donner une image florissante à notre localité.*

Il s'agit, en effet, d'une initiative qui ressuscite amplement l'esprit d'entraide d'antan, pour faire des travaux via des volontariats», nous a-t-il ajoutés. Les objectifs des membres de ce comité sont souvent revus à la hausse, histoire de maintenir une sorte de dynamique permanente dans le village, qui commence, d'ailleurs, à devenir un lieu d'attraction, surtout qu'il est implanté aux pieds d'une colline qui surplombe la mer. Une vue panoramique sur la grande bleue. Des atouts naturels que les jeunes d'Azra veulent exploiter justement dans le sens d'œuvrer à l'épanouissement des habitants.

Les rues et ruelles du village sont entretenues, tout comme les fontaines, qui sont préservées par les riverains. «Cette fontaine a été réalisée durant les années 1930», nous dit un autre membre du comité de village, qui salue le dynamisme des habitants d'Azra et remercie aussi tous ceux qui encouragent ce genre d'initiatives. Il cite, à titre d'exemple, l'industriel Mohamed Medjkane, propriétaire de Tifra Lait, qui a toujours, nous a-t-il expliqué, aidé le comité de village dans la réalisation des projets d'intérêt général.

L'association du village Azra-France, dont l'apport à la réalisation de ces travaux est très remarquable, demeure une structure très active, dans la mesure où elle a réussi à créer un véritable esprit de convergence des citoyens d'Azara établis en France. Ainsi, la solidarité et la mobilisation des habitants des localités tendent à s'imposer comme une réelle alternative pour la redynamisation de la protection de l'environnement et l'instauration de l'esprit d'autogestion. «Ce que vous voyez aujourd'hui est le couronnement d'un travail de longue haleine.

3.2.7. L'analyse SWOT de territoire

L'analyse SWOT est une matrice d'analyse stratégique récapitulant de façon synthétique des forces (Strengths), faiblesses (Weaknesses), menaces (Threats) et opportunités (Opportunities) des événements dans le village AZRA.

Tableau n°10. L'analyse SWOT

Forces	Faiblesses
- Présence massive des visiteurs ; - Promotion et valorisation de patrimoine ; - Implication des acteurs associatifs et de comités de village ; - La personnalisation des évènements ; - Assurances d'hébergement pour les touristes pendant la période des festivités.	-- Assurances d'hébergement pour les touristes pendant la période des festivités -Les festivités se déroulent presque dans les mêmes périodes avec les autres ; - La plupart des fêtes prennent une dimension locale ou nationale ; -Non élaboration de plan de communication.
Opportunités	Menaces
- La des fêtes des figues de barbaries peut avoir une dimension internationale ; - Labialisation des produits artisanaux ; - La mise en œuvre de la communication digitale afin d'attirer plus des touristes ; - La rénovation des anciennes maisons pour les touristes.	- Folklorisations des festivités ; - Tendances d'autres cultures étrangères ; - Le déroulement de festivals raconte-arts et la participation des autres villages au concours Aissat Rabah ;

Sources : élaboré par nous même

Selon nos interviewé, le village Azra est un pôle touristique très important dans cette localité de la wilaya de Tizi-Ouzou, elle attire beaucoup de touristique tout au long de l'année, ils nous signalent que plusieurs catégories de population visitent le village comme les ambassadeurs (des Etats unis, Elizabeth Moore Aubin, l'ambassadeur de Pologne, Witold spirydowicz, l'ambassadeur de la Russie, cheak, l'Italie) les artistes (Takfarines, Tawes Arhab, Hassiba amrouche, Yasmina,,,) les touristes étrangers et locaux.

3.3. Actions du village Azra dans le cadre du tourisme solidaire

3.3.1. Préservation de l'environnement

- Par l'implantation de plusieurs espèces d'arbre et de plantes ;
- La collecte des déchets et le nettoyage des ruelles du village ;
- Volontariat (Thichemlith en kabyle) chaque vendredi ;
- Des sessions de formation et de communication pour les enfants sur la culture environnementale.

3.3.2. Valorisation de patrimoine traditionnel

- Encouragement des couturières spécialisées dans la confection des robes et habits traditionnel kabyles par ... des expositions de vente ;
- Préservation de la gastronomie locale par la vente de différents plats traditionnels à chaque évènement ;
- Encouragement des artisans dans la commercialisation de leurs objets.

Conclusion

Malgré la situation générale en Kabylie qui de l'avis de tous les acteurs de les associations et comités villageois, insatisfaisants il y a une diversité de cas qui donne exemples de réussite, c'est-à-dire montrer que des réalisations sont possibles malgré multiples restrictions. Cela nous permet de voir l'importance de l'associationnisme dans tous constitue un levier important pour mener à bien des projets d'économie solidaire en Kabylie.

En résumé, les recherches menées au niveau de village AZRA est confirmé que le peuple étudié qui les distinguent des autres territoires, dont on peut citation : par exemple, le rôle de thajmaath qui symbolise l'identité du peuple, est l'espace manifestation de la volonté de la communauté du peuple, on retrouve aussi l'importance des actions menées et les projets menés dans le but d'améliorer le cadre de vie des villageois.

La mise en œuvre de ces projets a nécessité la mobilisation de ressources financier et humain ; ajouter l'accès à l'information, la sensibilisation et la participation, gestion, qui sont les principes qui ont contribué à une sorte de développement de territoire de village AZRA..

Les initiatives solidaires de ce village sont contribuées à un certain développement de leur territoire. Cependant, les différentes initiatives se limitent à un objectif principal, à savoir répondre à un besoin afin d'améliorer la qualité de vie et d'atteindre un bien spécifique être.

Conclusion générale

Conclusion générale

L'activité touristique d'une façon générale existe depuis l'antiquité. A travers le cas de tourisme solidaire, il est possible de remédier aux répercussions négatives, du tourisme de masse sur les pays peu ou pas développés, et même de créer une activité touristique génératrice d'effets positifs pour les régions peu touristiques et isolées.

Tourisme solidaire est géré de façon soutenable par une communauté rurale des personnes organisées proposant aux visiteurs une véritable rencontre humaine en même temps que la découverte de leur environnement et de leur culture.

Il est l'exemple le plus poussé dans l'évolution de cette activité qui recherche à présent la prise en compte des différentes éthiques : équité, respect, responsabilité et durabilité, basé sur une des valeurs les plus anciennes du genre humain : l'échange.

Au regard des conséquences néfastes qu'engendre ce tourisme de masse, les acteurs et les parties prenantes de l'activité touristique ont voulu mettre en place de nouvelles formes de tourisme équitable et plus respectueuses de l'environnement vis-à-vis des sociétés d'accueil.

Pour cela nous avons essayé de démontrer que ce type de tourisme pourrait permettre de jouer un rôle dans le développement local de la région de Tizi-Ouzou y est sera un moyen pour redynamiser l'économie locale à travers l'artisanat, l'agriculture, avec la volonté des acteurs locaux. Nous pouvons affirmer que le tourisme solidaire est un outil de développement seulement si cette initiative a des fondements communautaires. C'est à dire que cette forme de tourisme doit être au centre des communautés locales.

De plus, tout au long de ce travail de recherche, nous avons tenté de souligner que l'information des autochtones comme celle des voyageurs, était primordiale pour assurer le bon fonctionnement d'un projet touristique.

Ainsi les ressources naturelles, culturelles et humaines étant les principaux atouts de la région de Tizi-Ouzou, le tourisme durable s'avère bénéfique pour la dynamisation de l'activité de la région, mais le tourisme solidaire en tant que forme de tourisme principale à développer et trouve une place de choix.

Le tourisme solidaire n'apporte pas seulement des avantages matériels aux communautés locales, mais il les rend fières de leurs cultures, leur donne le sentiment d'être partie prenante dans un projet et d'avoir une prise sur le cœur des événements, il réduit leur vulnérabilité par la diversification et le développement de compétences et de capacités d'entreprendre. En effet, cette forme de tourisme qui se donne pour objectifs de répondre aux besoins des touristes et plus encore à ceux des communautés locales par l'aménagement des

meilleures conditions de vie (augmentation des revenus, création d'emplois), s'intègre parfaitement au riche paysage naturel kabyle.

Cette situation de pauvreté peut être changée si à toutes les formes d'activités touristiques pratiquées dans les villages de la région.

On a appliqué les principes de tourisme solidaire, en mettant l'accent sur la création d'emplois, l'augmentation des revenus et l'aménagement des infrastructures dont a besoin chaque village.

La clé de succès pour le développement de tourisme solidaire est donc l'implication de tout projet solidaire.

Par ailleurs, le tourisme en kabyle souffre de plusieurs maux généralement basés sur l'inadéquation des structures et des activités touristiques aux réalités de la région liée à un manque de compétences des cadres et employés, des professionnels, des populations et des touristes peuvent combler cette lacune, en inculquant à chacun des notions de communication interculturelle qui amènent à mieux se comprendre, à se conformer aux besoins et exigences des uns et des autres, pour un bénéfice global de la société, et une préservation de patrimoine de patrimoine local.

Enfin, la réflexion et l'étude menées tout au long de ce mémoire, nous pouvons affirmer que le tourisme solidaire peut jouer un rôle dans le développement local d'un territoire.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

- A.LAURENT : « *tourisme responsable, clé d'entrée du développement territoriale durable* », Edition Broché, 2009, P 101
- AKKACHE MACHAA Dehbia « *Art Artisanat traditionnel et Folklore de Kabylie* »Edition Mahdi 2008,page 27
- Alain Laurent : « *caractériser le tourisme responsable facteur de développement local* »Ethiopie, mars 2003, P 08.
- Alain LAURENT, « *caractériser le tourisme responsable facteur de développement local* », Ethiopie, mars 2003, P08.
- B.ROCHEFOUCAULD, « *l'économie du tourisme* », édition, Bréal, paris, 2007, P15.
- Christophe DECHAVANNE; « *Marketing touristique et hôtelier* ». Le Génie des Glaciers Editeurs, paris, 2014, P09.
- F.FLIPO : « *le développement durable* », Edition Bréal, Rosny, 2007, P69 .
- F.VELLAS : « *Economie et politique du tourisme international* », Edition Economica ; P110.
- F.VELLAS, « *économie et politique du tourisme international* », édition, economica 2002, P93
- G. TOCOQUER, « *marketing du tourisme* », 2ème édition, Gaétan Marin, Europol 1999, P153.
- G.GUIBILITO : « *économie touristique et aménagement du territoire* », Edition Delta Spés. Suisse, 1983, P21.
- Georges Cazes, « *Le tourisme international Mirage ou stratégie d'avenir* », Edition HATEIR, 1989,P 07.
- J-P LOZATO-GIOTART et M.BALFET, « *Management du tourisme* »,Edition2004,p349.
- Le petit LAROUSSE, « *dictionnaire encyclopédique illustré* », P1019.
- Moussaoui, « *l'analyse de la situation d'un équipement touristique collectif* », INSIM, Tizi-Ouzou, juin 2007, P35. G. TOCOQUER, « *marketing du tourisme* », 2ème édition, Gaétan Marin, Europol 1999, P154.
- Myriam DONSIMONI (collectif) ; « *les bijoux d'Ath-Yenni : construire une attractivité territoriale sur les savoirs-faires artisanaux ancestraux* » ; Edition : Achab ; p63

Bibliographie

- ROBERT LANQUAR, ROBERT HOLLIER, « *Le marketing touristique* », La mercatique touristique, EDITION que sait-je, édition l'organisme, Paris, 1996, p05
- T.Yves, « *Le tourisme : Economie et management* », édition, Edicience international, France, 1994, P07. B.De la ROCHIEFOUCAULD : « *L'économie du tourisme* », Edition Bréal, Paris, 2007, P30.
- WassilaIguergaziz Dohmoun, « *Développement durable et tourisme durable : la nouvelle stratégie de l'Algérie* », dans international journal of Eco-cultural tourisme, hospitalité planning and développement, volume

Articles

- Article du journal AL Moudjahid « *tourisme chez l'habitant : une activité encouragée par les pouvoirs publics* », publié le 24-02-2016 à 23H
- DOMBOUYA Kadia « *Le tourisme un levier de développement pour le continent africain :cas de Maghreb* »année 2020 /2021
- F.VELLAS : « *Grille de lecture des projets touristique a partir des indicateurs de tourisme durable* », Acting for life,2011,p10
- HEDDAR Belkacem « *role socio-économique du tourisme : cas de l'Algérie* »,coédition En.A.P-OPU-ENAL 1988.P57
- M.MIROGLIO : « *promouvoir le tourisme solidaire en France* »,Master professionnel MITT2008,P09.
- Wafaa Nasser, « *Développement local, construction territorial et tourisme : le cas de Liban*»Economies and finances, université de Grenoble, 2011.French.p17

Mémoires

- A.LADET : « *le tourisme solidaire vecteur de désenclavement des espaces ruraux dans les pays du sud* », Mémoire 2012-2013.
- BECHRA Zohra et YAZLI Louiza , « *la valorisation du patrimoine culturel et sa place dans la promotion de l'activité touristique : cas des bijoux kabyles d'ATH Yenni* »,Memoir de master en sciences économiques, Université Mouloud Mammri ,Tizi-Ouzou, 2014, P15
- BELAID Hakim et LARDJANE Khaled « *la promotion de tourisme dans les établissements touristique* » année 2021
- HAROUAT Fatima Zohra : « *comment promouvoir le tourisme en Algérie ?* »Mémoire de master en marketing des services, l'université Abou Belkaid Tlemcen, 2011, P21.

Bibliographie

- IMARAZENE Dahlia et MOUMOU Karima, « *Le tourisme et la croissance économique en Algérie : évolution et causalité (Illustration des potentialités touristiques de la commune de tizirt)* », Mémoire master en sciences économiques, université mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, promotion, 2018, P40
- KHATI Henia : « *dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie* », mémoire de master en science économique, université de tizi ouzo, promotion 2011/2012, P08.
- M.KHATT: « *les circuits touristiques, outils de valorisation des ressources d'un territoire: cas de la wilaya de Tizi-Ouzou* » . Mémoire de master ; Université de Tizi-Ouzou ; 2012-2013. P06.
- SADI OUFFLA Fatma, MELLAL Nasser, Mémoire de fin de cycle, « *L'hébergement chez l'habitant vecteur de développement de tourisme solidaire en Kabyle : cas de village SAHEL* », 2020, Page 11

Thèses

- TASSA Ahmed : thèse de Magister : « *zones d'expansion touristique : outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale* », P34.

Webographie

- <http://www.ihet.rnu.tn/download/TC%20formes%20du%20tourisme.pdf>
- www.voyageons-autrement.com/OMT/reduction-pauvreté.html.article
- <https://www.étudier.com/dissertation/Analyse-De-La-Demande-Touristique/198656.html>, consulter le 21/06/2022, à 17:07.
- WWW.UNWTO.org(office national de tourisme)
- <http://www.unesco.org/nex/fe/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>
- <http://www.3-0.fr/doc-dd/qu-est-ce-que-le-dd/tour-d-horizon-des-enjeux-des-3-piliers-d%C3%A9veloppementdurable,Préserver> l'environnement._

Liste des tableaux et figures

Liste des tableaux

Tableau N°01 : les catégories des visiteurs	08
Tableau N°02 : les principes fondamentaux de tourisme durable	34
Tableau N°03 : les défis du tourisme solidaire	49
Tableau N°04 : Distance de la ville de Tizi-Ouzou par rapport aux principales villes de pays.	63
Tableau N°05 : plages autorisées et non autorisées à la baignade de la wilaya de Tizi-Ouzou	66
Tableau n°06 : Liste des établissements hôteliers en activité de la wilaya de Tizi-Ouzou (04/10/2022).	74
Tableau n°07 : Liste des Agences de Tourisme et de Voyages agréées (arrêtée au 04/10/2022).	79
Tableau N°08 : La démarche de réalisation de tourisme solidaire.	94
Tableau N°09 : Répartition de la population selon le sexe.....	98
Tableau n°10 : L'analyse SWOT.....	104

Listes des Figures

Figure n°01 : La destination entre touriste et visiteurs selon le ministre du tourisme.	08
Figure n°02 : les 05 acteurs et partenaires du tourisme en Algérie.	27
Figure n°03 : Schéma représentant le développement durable.	32
Figure n°04 : La pyramide des tourisms.	38
Figure n°05 : Le tourisme solidaire, une organisation systémique.	44
Figure n°06 : Schéma récapitulatif des principes de tourisme équitable et solidaire.	47
Figure n°07 : la carte de la wilaya de Tizi-Ouzou.	63
Figure n°08 : vu général du village AZRA	98
Figure n°9 : Solidarité des villageois pour la création d'un manage.....	102

Annexes

Un guide d'entretiens pour le comité du village

Dans le cadre de la préparation du mémoire de Master en Marketing hôtelier et touristique sur le thème suivant : «le tourisme solidaire chez l'habitant, cas de Tizi-Ouzou » :
Exemple : village AZRA

Nous avons l'honneur de vous demander de bien vouloir répandre à ce guide d'entretiens.

Nous vous remercions d'avance pour le temps que vous allez nous accorder.

1. Pouvez-vous nous présenter votre comité de village ?

.....

.....

.....

2. Comment vous avez pu organiser (investissement) accueillez les touristes dans votre village
Et quel est le rôle de la population ?

.....

.....

.....

3. Comment les habitants de votre village accueillent les touristes ?

.....

.....

.....

4. Quel sont les organisations existantes dans le village et les acteurs les plus actifs ?

.....

.....

.....

5. Est-ce que vous avez pris contact avec les tours opérateurs et les agence de voyage pour
L'orientation des touristes ? Expliquez ?

.....

.....

.....

6. Comment ont été mobilisées, impliquées et consultées les organisations de village et les familles ?

.....

.....

.....

7. Pouvez-vous nous dire comment les touristes contribuent à l'amélioration de l'hébergement Chez l'habitant ?

.....

.....

.....

8. Comment appréciez-vous l'état actuel d'hébergement chez l'habitant dans votre village ?

.....

.....

.....

9. Quels sont les problèmes et les contraintes rencontrées avec la population locale et les Touristes ?

.....

.....

.....

10. Que pensez-vous de l'avenir de tourisme solidaire et particulièrement la location chez L'habitant dans votre village ?

.....

.....

.....

11. pouvez vous donner les statistiques des visiteurs au votre village chaque année ?

.....

12. Que ce qu'il fait que le village être attractive ?

13. Quelle sont les projets que vous mentionnera dans le cadre de tourisme solidaire ?

14. Quelle est le nombre de poste crée dans cette filière de tourisme ?

15. Quelles sont les différentes actions rentrant dans le cadre du tourisme solidaire niveau de votre village ?

16. Selon vous quel est le rôle du tourisme solidaire dans le développement économique et social de votre village ?

Annexe°01

Guide d'entretien

Thème : le tourisme solidaire chez l'habitant cas de TIZI OUZOU

Ce guide d'entretien s'inscrit dans le cadre de l'enquête servant la réalisation d'un mémoire de Master en sciences commerciale, dans l'option Marketing hôtellerie et touristiques. Le mémoire en cours de réalisation porte sur le thème : « le tourisme solidaire chez l'habitant, cas de Tizi-Ouzou »

L'objectif de notre enquête est de rechercher la contribution des initiatives solidaires du village AZRA aux développements territorial durable. Ceci nous permettra de voir comment ces initiatives engendrent une dynamique à la foi socioéconomique dans le territoire de façon à améliorer la situation du village et le niveau de vie de la population, L'enquête nous aidera également dans l'identification du rôle des acteurs de développement territorial dans la construction du territoire pour un développement territorial durable.

Dans une démarche purement scientifique nous espérons trouver à travers ce guide d'entretien les réponses à nos préoccupations quant à la contribution des initiatives solidaires au développement territorial durable : cas de village AZRA. De ce fait, nous vous sollicitant de bien vouloir rependre à cet entretien, les données et les informations collectées ne vont servir que pour la réalisation de la recherche.

Nous vous remercions d'avance pour votre contribution

Date et lieu de l'entrevue

Sexe : H F

1) Le village

- 1.1. Pouvez vous nous donné une présentation général du village ?
- 1.2. Quel est le nombre de ménage dans le village ? (nombre de femme, homme et population jeune).
- 1.3. Quelles sont les organisations existantes dans le village ?qui sont les plus importantes?

2) Objectifs :

- 2.1. Quelle est la situation actuelle de développement territorial du village AZRA?
- 2.3. Ya t'il des projets prévus a court terme et a moyen terme ?

3) Les acteurs territoriaux :

- 3.1. La population à t'elle un rôle important a joué dans la concrétisation des projets du village ? Si oui comment ?
- 3.2. Le citoyen est un acteur clé de développement de la région, est ce que cet acteur est régulièrement consultés sur les principaux projets dont il peut avoir une influence réel sur

leurs concrétisation (ce qu'on appelle démocratie local et participation)?

3.3. La population exprime t'elle une volonté de mobilisation et de participation pour développer leurs village

3.4. Quel sont les acteurs principaux qui jouent un rôle dans l'organisation du village ?

4) Le comité de village :

4.1. Le comité dispose t'il d'un règlement intérieur ? Oui Non ? Conseil d'administration est constitué :

4.2. Les rôles des membres du comité sont-ils bien définis ?

4.3. Quelles est la périodicité des réunions et des assemblées générales ?

4.4. Selon vous quelles sont les conditions qui sont réunis et qui ont contribué développement de la région ?

5) Ressources financières

Comment pensez-vous qu'on pourrait aider et devrait inciter les petites communes , villages à entretenir et valoriser leurs ressources territoriales compte-tenu de leurs faibles moyens financiers, de leur manque de personnel technique et de leur fréquente

6). Quelles sont les entraves rencontrées lors de l'élaboration des projets ?

7). Quel sera l'impact de la réussite du village en matière de développement sur les régions environnantes.

8). Quel est la contribution des initiatives solidaires au développement territorial durable du village ?

9). Est-ce que vous êtes optimisé pour l'avenir du village et quel sont vos aspirations

Annexe n°02

Entretien avec l'association

Nous sommes chargés aussi de la mise en œuvre d'une enquête auprès des associations. L'étude se déroulera sous forme d'entretien.

Généralités

Nom de l'association :

Siege : Effectifs actuels : adhérents : femme homme

1. Les objectifs de l'association :

Quels sont les principaux domaines d'intervention et les objectifs poursuivis par l'association

2. L'association au niveau interne

2.1. L'association dispose-t-elle d'un règlement intérieur ? Oui Non

Conseil d'administration est constitué :

2.2. Les rôles des membres de l'association sont-ils bien définis ?

2.3. Quelles est la périodicité des réunions et des assemblées générales ?

2.4. Au sein de l'association ya-t-il des conflits ? OUI NON

Lesquels ?

2.5. L'association organise-t-elle, en interne des formations à ces membres ?

3) Ressources financières

3.1. L'association arrive-t-elle à construire des partenariats ? Oui Non

Avec qui ?

☐ Population

☐ ONG

☐ Collectivités locales

☐ Institution publiques

☐ Autres

3.2. L'association arrive-t-elle à mobiliser des financements ?

☐ Cotisation

☐ Subvention

☐ Financement internationaux

☐ Autres4.3. L'association manque de ressources financières ? Oui Non

3.4. Les immigrés contribuent-ils au financement

4) Les activités :

4.1. Quelles sont vos principales activités ?

4.2. Les habitants du village contribuent-ils aux activités ? Oui non

Si non pourquoi

4.3. Quels sont vos projets menés ces dernières années ?

4.4. Avez- vous des activités dont le domaine de la protection de l'environnement ? (gestion des déchets, recyclage, sensibilisation, plantation d'arbres...) oui non

Si non pourquoi

5. Est-ce que vous êtes optimisé pour l'avenir du village et quel sont vos aspirations ?

Annexe n°03 :



Figure1 : Exposition des bijoux



Figure2 : Une source d'eau



Figure3 : nettoyage des ruelles



Figure4 : Tagarit

Annexe n°4



Règles de vie en communauté

AZRA et l'ensemble de ses habitants sont heureux et honorés de vous accueillir .

Ce panneau fixe quelques règles que tout un chacun est amené à respecter afin de préserver un climat de convivialité et de sérénité.

- ❖ **Article 01 :** à l'instar des résidents, les visiteurs sont tenus de respecter les lieux. A cet effet, il est formellement interdit de :
 - Jeter les ordures sur les espaces publics.
 - Dégrader les infrastructures (chaussée, œuvres culturelles, fontaines, la végétation, ...)
 - Perturber la tranquillité et la sérénité du village.
 - Consommer des boissons alcoolisées sur les espaces publics.
- ❖ **Article 02 :** Le visiteur est exclusivement et totalement responsable de la surveillance des membres mineurs et des activités de son groupe. Il prendra toute disposition utile en matière de sécurité et de préservation de l'environnement (Discipline, respect & surveillance).
- ❖ **Article 03 :** Des places de stationnement sont à la disposition des automobilistes, en aucun cas les véhicules ne doivent gêner la circulation et l'accès des riverains à leur domicile.
- ❖ **Article 04 :** Le placement d'enseignes, d'affiches, de panneaux publicitaires, de drapeaux doit faire l'objet d'une autorisation préalable du comité du village.
- ❖ **Article 05 :** le comité du village se réserve le droit de faire exécuter les réparations aux frais des responsables.
- ❖ **Article 06 :** Chaque personne veillera à s'abstenir de tout acte individuel ou collectif qui pourrait nuire à la dignité et au renom des individus, du village et de la région.



N.B : Pour plus de détails, veuillez consulter la charte du village.

PRINCIPALES LOIS DU VILLAGE

En adhérant à l'association « **Comite du village d'AZRA_TIFRA** », je m'engage à respecter les règles suivantes :

- ❖ **Article 01** : l'objectif du comité é est la recherche des solutions aux problèmes relatifs au développement et à l'amélioration du cadre de vie des villageois.
- ❖ **Article 02** : le siège de l'association sise à **El Djamaa N'AZRA**, pourra être transféré par décision du comité en tout autre lieu situé dans le village D'AZRA.
- ❖ **Article 03** : le comité du village est le seul représentant légitime des villageois, après son élection nulle personne ne peut contester se légitimité.
- ❖ **Article 04** : en tant qu'adhérant de l'association, je m'engage à me conduire de manière responsable et me force à véhiculer une image positive de l'association, avec bienveillance et dans le respect de ses valeurs : solidarité, convivialité et tolérance.
- ❖ **Article 05** : aucune atteinte ne sera portée par mes gestes, mes paroles ou mon attitude ni à l'association « **Comité du village d'AZRA_TIFRA** » ni à aucun de ses membres.

Pour l'ensemble des habitants et invités du village, ne seront toléré :

- ✓ Aucun acte, parole ou geste discriminatoire envers une personne en raison de ses convictions personnelles, de son appartenance religieuse, ethnique ou politique,
- ✓ Aucun propos haineux, agressif ou méprisant, aucune insinuation à caractère raciste, xénophobe, portant sur le handicap ou les convictions intimes des personnes,
- ✓ Aucun propos obscène,
- ✓ Aucun propos diffamatoire ou injurieux à l'égard de toute personne morale ou physique,
- ✓ Aucun comportement qui relèverait du harcèlement à l'égard d'une autre personne,
- ✓ Aucun comportement susceptible d'être contraire aux lois et règlements en vigueur en Algérie, aucun acte malveillant, frauduleux ou illégal.

Les contrevenants s'exposeront automatiquement à des sanctions pouvant aller jusqu'à la mise à l'écart par l'ensemble des villageois.

- ❖ **Article 06** : les membres du bureau sont responsables de la communication externe (**presse, tv, radio, partenaires ...**) et les responsables de section de la communication interne. Par conséquent, tout membre de l'association qui souhaitera s'exprimer officiellement au nom de l'association devra en informer l'autorité compétente et ne devra communiquer que sur des informations officiellement validées par le dit comité.
- ❖ **Article 07** : les membres du bureau se réunissent une fois tous les quinze jours (**le vendredi de 10h00 à 12h00**) en réunion ordinaire, ou en session extraordinaire à la demande d'un ou plusieurs membre du comité. Les décisions sont prises à la majorité absolue.

Chaque réunion est sanctionnée par un PV de préférence et dans la mesure des possibilités du comité.

Les citoyens du village sont autorisés à assister, en tant observateurs, aux réunions du comité du village. Ils ne sont pas autorisés à prendre la parole sauf si le comité du village les y autorise.

- ❖ **Article 08 :** les membres du bureau rendent compte deux(2) fois par an devant l'assemblée générale de la situation générale et sur le bilan moral et une (1) fois par an sur le bilan financier de l'exercice.
- ✓ Les assemblées générales concernant la situation générale et le bilan moral auront lieu : La première quinzaine du mois de janvier, la seconde aura lieu au mois d'aout de chaque année.
- ✓ L'assemblée générale du mois de janvier concernera également le bilan financier de l'exercice.
- ❖ **Article 09 :** l'assemblée générale est l'organe suprême de de décision au village, il se réunit en assemblée générale ordinaire deux fois par an, ou en assemblée générale extraordinaire en cas de besoin et à la demande de la majorité simple des membres du comité du village ou à la demande d'au moins 25% de l'ensemble des cotisants.
- ❖ **Article 10 :** le montant des cotisations est fixé à **1000.00 Dinars** pour toute personne en exercice (**disposant d'un travail**) et :
 - ✓ Mariée (quelque soit son âge).
 - ✓ Célibataires âgés de 30 ans et plus.

Le montant de la cotisation est révisable par l'assemblée générale. Sont concernés par ces cotisations tous les résidants, au village et hors du village (**Hormis ceux qui résident à l'être**).

Les membres du comité du village sont chargés de la collecte de ces cotisations auprès des membres de leur famille respective, avant le 30 septembre de chaque année.

Une pénalité de retard de 50% sera appliquée en cas de retard (**après le 30 septembre, tout cotisant ayant occasionné un retard dans le paiement de sa cotisation, doit régler un montant de 1500 DA au lieu de 1000 DA prévu initialement**).

- ❖ **Article 11 :** les cas sans ressources sont exonérés des cotisations.
- ❖ **Article 12 :** il est formellement interdit de jeter des ordures, déchets de quelque nature que ce soit sur les lieux publics et sur les terrains appartenant au village.

En outre, il est également défendu de créer des décharges sur des parcelles de terrains appartenant au village. Tout contrevenant sera puni de cinq mille (**5000,00**) dinars.
- ❖ **Article 13 :** pour tout feu de forêt provoqué par une personne sur le territoire du village **AZRA**, est passible d'une amende de dix mille (**10 000,00**) dinars, si elle récidive, une plainte sera déposée.
- ❖ **Article 14 :** le lavage de ligne à la fontaine publique (**ABASSAN**) est formellement interdit.

Tout contrevenant sera puni d'une amende de mille (**1 000,00**) dinars, s'ils récidivent, la somme sera doublée et ainsi de suite.
- ❖ **Article 15 :** bénéficiera des biens du village et **LEWZIAA** uniquement la personne étant à jour de ses cotisations.

Si la **LEWZIAA** est entièrement financée par une personne ou une famille, cette disposition est laissée à la discrétion à la personne ou à la famille ayant financé cette dernière.

- ❖ **Article 16 : respect de la propriété privé (éviter d’empiéter sur la propriété d’autrui sans son autorisation).** En cas de non-respect, l’**article 20** sera appliqué.
- ❖ **Article 17 :** Respect du bien public, quiconque aura intentionnellement détruit, mutilé ou dégradé un bien ou un site appartenant au village sera puni d’une amende de deux mille (**2000,00**) dinars.
En plus, le coupable sera tenu à une remise en état (**réparation totale**).
- ❖ **Article 18 :** respect des règles d’hygiène en matière d’évacuation des eaux usées (**se brancher sur les réseaux d’assainissement existants**).
- ❖ **Article 19 :** Lors de volontariat du village, la présence d’un membre par famille est souhaitée.
- ❖ **Article 20 :** Tout tapage nocturne, grave insultes, ou vulgarité provoqué par des personnes du village ou étrangères au village sont passibles d’une amende qui sera fixée en assemblée générale.
- ❖ **Article 21 :** Si j’ai connaissance d’un problème, de toute nature qu’il soit, risquant de perturber la tranquillité ou nuire à l’image du village, je dois impérativement et immédiatement en informer les membres du comité.
- ❖ **Article 22 :** Les propriétaires d’animaux domestiques, notamment des chiens, sont invités à retenir leurs bêtes dans les limites de leur propriété, au-delà, ils doivent impérativement être accompagnés de leurs maitres.
- ❖ **Article 23 :** préalablement à tous travaux susceptibles d’altérer l’état et la qualité de la chaussée et du bitumage, une demande d’autorisation auprès du comité du village est non seulement nécessaire mais indispensable.

Le comité du village :

- ✓ Examinera la demande,
- ✓ Dressera un état des lieux avant travaux.
- ✓ Statuera et décidera des conditions de lancement et du déroulement des travaux.
- ✓ A la fin des travaux, il procédera au contrôle de la chaussée et décidera le cas échéant de la remise en conformité de l’ouvrage.
- ✓ Le citoyen à l’origine de la dégradation de la chaussée est tenu de réparer les dégâts qu’il a occasionné, et de remettre le domaine routier dans le même état qu’il l’a trouvé avant d’entamer ses travaux.
- ❖ **Article 24 :** La signalisation routière
Pour préserver le domaine routier d’**AZRA**, une signalisation routière est implantée. Elle est désignée par un ensemble de signaux conventionnels destinés à :
Préserver l’état de nos routes (limitation de tonnage, limitation de vitesse,...)
Assurer la sécurité des usagers en les informant des dangers et des prescriptions relatifs à la circulation ainsi que des éléments utiles à la prise de décisions.

- ❖ **Article 25 :** La pose de gravas, matériaux de construction et autre, sur ou à proximité de la voie publique est autorisée pour une durée d'un mois (**30 jours**) sauf dérogation pour des cas particuliers dignes d'intérêts. Les gravas matériaux ne doivent en aucune manière être déposés dans des endroits susceptibles d'obstruer les accès et de gêner la circulation.
tout contrevenant sera puni d'une amende de deux mille (**2000 ,00**) dinars, s'ils récidivent, la somme sera doublée et ainsi de suite.
- ❖ **Article 26 :** Il est porté a la connaissance des villageois qu'il est strictement interdit de brancher des tuyaux aux robinets et conduites d'eau de la source du village.
En outre, **ces règles ne portent aucunement atteinte aux libertés individuelles et collectives** et ceci a été notre **souci majeur**.
- ❖ **Article 27 :** En cas de conflits entre villageois, la sollicitation du comité du village pour remplir son rôle de médiateur, implique que les deux parties en conflit reconnaissent au préalable et d'une façon irrévocable les principes suivants :
 - ✓ La neutralité du comité du village.
 - ✓ L'acceptation au préalable et par écrit de l'intégralité des décisions par le comité du village.En cas de **non-respect** de l'un ou de **plusieurs** de **ces articles**, le citoyen contrevenant s'expose à **des sanctions (avertissement, paiement d'une amende, exclusion provisoire, exclusion définitive) décidées par le comité du village.**

Fait à **AZRA**, le 11-01-2020 Par l'assemblée générale du village

Table des matières

Table des matières

Remerciements	I
Dédicaces	II
Liste des abréviations	III
Sommaire.....	IV
Introduction générale	01

Chapitre I : Généralité sur le tourisme

Introduction.....	04
Section 01 : Notion et typologie du tourisme	05
1.1. Historique du tourisme.....	05
1.2. Naissance de l'alpinisme et du thermalisme	05
1.3. La notion de tourisme.....	06
1.3.1. Définition de tourisme	06
1.3.1.1. Selon l'organisation mondiale de tourisme	06
1.3.2. Selon les notions unies en 1993	07
1.3.3. Selon le dictionnaire le petit Larousse	07
1.3.4. Selon l'approche systémique	07
1.4. Définition du touriste	07
1.5. Le visiteur	08
1.6. Excursionniste.....	08
2. Les acteurs de l'activité touristique	09
2.1. Le voyageur	09
2.2. Les tours opérateurs	09
2.3. Les agences de voyages	09
2.4. Les hébergeurs.....	10
2.5. La restauration	10
2.6. Les activités du transport	10
2.7. Une destination touristique	11

2.8. L'attraction touristique	11
2.9. Zone d'expansion touristique (ZET)	11
3. Le produit touristique	11
3.1. Définition de produit touristique	12
3.2. Les spécifiés de produit touristique	12
4. Les typologies de tourisme	13
4.1. Le tourisme balnéaire	13
4.2. Le tourisme de montagne	13
4.3. Le tourisme d'affaire	14
4.4. Le tourisme culturel	14
4.5. Le tourisme religieux	14
4.6. Le tourisme de santé	14
4.7. Le tourisme rural	15
4.8. Le tourisme durable	15
4.9. Le tourisme solidaire	15
4.10. L'écotourisme	15
4.11. Le tourisme saharien	15
Section 02 : L'offre et la demande touristique	16
2.1. L'offre touristique	16
2.1.1. Définition de l'offre touristique	16
2.1.2. Les caractéristiques de l'offre touristique	16
2.1.3. Les classifications de l'offre touristique	16
2.1.4. Les objectifs et rôle du tourisme	17
2.1.4.1. Les objectifs	17
2.1.4.2. Le rôle	17
2.2. La demande touristique.....	18
2.2.1. Définition de la demande touristique	18
2.2.2. Les caractéristique de la demande touristique	18
2.2.2.1. La concentration spatio-temporelle.....	18
2.2.2.2. L'hébergement	18
2.2.2.3. La sensibilité à la conjoncture économique et politique	19
2.2.3. Les facteurs de la demande touristique	19
2.2.3.1. Les facteurs économiques	19

2.2.3.2. Les facteurs démographiques	19
2.2.3.3. Les facteurs sociaux	19
2.2.3.4. La disponibilité du temps libre	19
2.2.3.5. M'organisation et la promotion.....	20
Section 03 : Le tourisme en Algérie	20
3.1. Les grandes étapes du développement touristique en Algérie	20
3.2.1. Situation de tourisme après l'indépendance	21
3.1.2. Politique nationale de tourisme algérienne	22
3.2. Potentialités touristique de l'Algérie	24
3.2.1. Facteur clé de développement touristique	24
3.2.2. Le tourisme durable	25
3.2.3. Contribution de tourisme à l'emploi	26
3.2.4. Les acteurs de tourisme en Algérie	27
3.3. Critères de classifications du tourisme.....	28
Conclusion	29

Chapitre II : Le tourisme solidaire comme levier de développement territorial

Introduction	30
Section 01 : Développement durable et tourisme durable.....	31
1.1. Les concepts de développement durable	31
1.1.1. Les piliers de développement durable	32
1.1.1.1. Le volet environnement.....	32
1.1.1.2. L'aspect social.....	32
1.1.1.3. Le volet économique	32
1.1.2. Les principes de développement durable	33
1.1.2.1. Principe éthique	33
1.1.2.2. Le principe de précaution.....	33
1.1.2.3. Le principe de prévention.....	33
1.1.2.4. Le principe de responsabilité	33
1.1.2.5. Le principe de « polluer_poyeur »	33
1.1.2.6. Le principe de participation et de transparence	34
1.1.2.7. Le principe d'amélioration continue	34

Table des matières

1.2.1. Objectifs du tourisme durable	35
1.2.2. Les indicateurs de tourisme durable	35
1.2.2.1. Des indicateurs environnementaux	35
1.2.2.2. Indicateurs socioculturels.....	35
1.2.2.3. Indicateurs économiques	36
Section 02 : Evolution et consistance du tourisme solidaire	37
2.1. Evolution de tourisme solidaire	37
2.1.1. Définition de tourisme solidaire.....	39
2.1.2. Consistance de tourisme solidaire	39
2.2.2. Les caractéristiques de tourisme solidaire	40
2.2.3. Les principaux acteurs de tourisme solidaire	41
2.2.3.1. Les voyagistes et association	41
2.2.3.2. Les visiteurs.....	41
2.2.3.3. Les population hôtes.....	42
2.2.3.4. Les collectivités locales	43
2.2.3.5. Les états et les organismes mondiaux	43
2.3. Les caractéristiques des personnes pratiquant le tourisme solidaire	45
2.3.1. Détermination d'un profil de touriste solidaire	45
2.3.2. Le marché actuel du tourisme solidaire.....	45
2.3.3. Le fonctionnement du tourisme solidaire	46
2.3.4. Critères d'identification du tourisme solidaire	48
2.3.5. Les engagements envers les voyageurs	48
2.3.6. Les défis de tourisme solidaire	49
2.3.7. Les condition de sucées de tourisme solidaire	50
2.3.8. Le tourisme solidaire en Algérie	50
Section 03 : Le rôle de tourisme solidaire dans le développement local.....	53
3.1. Les valeurs de tourisme solidaire	53
3.1.1. Contribution à l'économie locale	54
3.1.1.1. Le tourisme solidaire crée des emplois	54
3.1.1.2. La contribution à la réduction de la pauvreté	54
3.1.2. La diminution des écarts entre ville et compagnes	54
3.1.3. La protection de l'environnement	54
3.1.4. La favorisation d'une ouverture culturelle et professionnelle	55

3.1.4.1. L'amélioration de l'accès à la protection du patrimoine.....	55
3.1.4.2. Ouverture sur l'extérieur.....	55
3.2. Le tourisme solidaire comme facteur de développement local.....	55
3.2.1. Définition de concept développement local	56
3.2.2. Les caractéristique du processus de développement local	57
3.2.3. Quelques projets et leur rôle dans le développement local à travers le monde	57
3.2.3.1. Tourisme et création d'emploi	57
3.2.3.2. Tourisme et environnement	58
3.2.3.3. Tourisme et développement territoires	58
Conclusion	60

Chapitre III : Le tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Introduction	61
Section 01 : l'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou	62
1.1. Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou	62
1.1.1. Présentation géographique	62
1.2. L'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou	64
1.2.1. Les potentialités naturelles	64
1.2.1.1. Le littoral	65
1.2.1.2. La montagne	66
1.2.1.3. Les forets	67
1.3. Les potentialités culturelles	67
1.3.1. Sites historique et archéologique	67
1.4. Potentialité artisanal	69
1.4.1. Poterie	69
1.4.2. La bijouterie traditionnelle	70
1.4.3. La tissage	71
1.4.4. Panier	72
1.4.5. Robe kabyle	72
1.4.6. Armoire	73
1.5. L'infrastructure touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou	74
Section 02 : Promotion de tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou	87
2.1. Présentation de l'association Amusnaw	87
2.1.1. Définition de la notion d'association	87

2.1.2. L'association Amusnaw	87
2.2. La naissance de projet de tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou	87
2.2.1. Description du projet de tourisme solidaire à Tizi-Ouzou	88
2.2.2. Les partenaires du projet du tourisme solidaire à Tizi-Ouzou	88
2.2.2.1. Les partenaires français	88
2.2.2.2. Les partenaires algériens	88
2.2.3. Le contexte général du projet	89
2.2.3.1. Les objectifs du projet	89
2.2.3.2. Les villages pilotent	90
2.2.3.3. Les activités susceptibles d'être développées par la mise en place du projet de tourisme solidaire à Tizi-Ouzou	91
2.3. Les moyens et stratégies utilisées pour la mise en place du projet	93
2.3.1. Les stratégies de commercialisation du projet	93
2.3.1.1. Utilisation dans la confection des repas des produits de courante locaux.....	93
2.3.1.2. Organisation de semaines à thème	93
2.3.2. Les étapes de réalisation du projet	93
2.4. L'organisation de villages d'accueils	95
2.5. Les produits proposés par l'association Amusnaw	95
Section 03 : L'analyse des résultats de l'enquête	96
3.1. Présentation de l'enquête	96
3.1.1. L'objectifs de l'enquête	96
3.1.2. Méthodologie de recherche.	96
3.1.3. Les difficultés rencontrées	97
3.2. Résultat et discussion de l'enquête menée au village AZRA.....	97
3.2.1. Présentation de village AZRA	97
3.2.2. Acteurs et organisation au village AZRA.	98
3.2.2.1. Acteur de village	98
3.2.3. Le mode d'organisation	100
3.2.4. L'analyse et interprétation des résultats de l'enquête	100
3.2.5. La solidarité au village AZRA	101
3.2.5.1. Le travail collectif solidaire.....	101
3.2.5.2. Le financement des projets au village.	101
3.2.6. L'organisation au village AZRA	102

3.2.6.1. Le mode d'organisation au village AZRA	102
3.2.7. L'analyse SWOT de territoires	103
3.3. Action de village AZRA dans le cadre de tourisme solidaire	104
3.3.1. Préservation de l'environnement.....	104
3.3.2. Valorisation de patrimoine traditionnel.	105
Conclusion	105

Conclusion générale	106
----------------------------------	------------

Bibliographie.

Annexe.

Liste des tableaux.

Listes des figures.

Table des matières.

Résumé.

Résumé

« Le seul véritable voyage n'est d'aller vers d'autres paysages, mais d'avoir d'autres yeux »

Le tourisme conventionnel, qualifié de tourisme de masse est une activité réalisée d'une manière ou d'une autre par l'être humain depuis très long temps. Cependant, ce n'est que récemment que le tourisme a été reconnu en tant que phénomène social et économique important. Ses effets se font ressentir de plus en plus aussi bien sur le plan individuel que sur toute la société.

Au-delà des effets positifs socioéconomique générés, à travers le tourisme de masse, le secteur de tourisme est également une source de naissance en engendrant le nombreux néfastes d'ordre sociale, culturel et environnemental, sans pour autant faire bénéficier économiquement les populations locales.

Ainsi par rapport aux pressions sur l'environnement le territoire, le patrimoine et les ressources qu'il exerce sans cesse, on assiste ces dix dernières années, à l'émergence d'une nouvelle forme de tourisme, dite équitable et solidaire plus respectueuse et proche des territoires. D'abord portée par les touristes eux-mêmes, demandeurs de voyages ayant plus de sens, elles sont ensuite été soutenues par des associations, des états et des entreprises traditionnels du secteur, cette nouvelle forme de tourisme favorise le dialogue et la rencontre entre les peuples, valorise le patrimoine culturelles et les ressources naturelles en alliant plaisir et ouverture au monde.

Le tourisme solidaire est un outil de lutte contre la pauvreté, il a pour objectif majeur de contribuer durablement à l'amélioration des conditions de vie des communautés, dans le respect de leur environnement et de leur traditions. Il assure un équilibre dans le partage des ressources, c'est une source de diversification des activités économique et d'emplois, et favorise la cohésion sociale.

Notre étude porte sur la mise en place de projet de tourisme solidaire dans la wilaya de Tizi-Ouzou qui dispose d'un fabuleux potentiel touristique et des conditions climatiques exceptionnelles, la grande variété de nos sites touristique permettent d'envisager tout au long de l'année, diverses formules de tourisme : balnéaire, culturel, de circuits, de santé...

Abstract

"The only real journey is not to go to other landscapes, but to have other eyes"

Conventional tourism, qualified as mass tourism, is an activity carried out in one way or another by human beings for a very long time. However, it is only recently that tourism has been recognized as an important social and economic phenomenon. Its effects are increasingly being felt both individually and throughout society.

Beyond the positive socio-economic effects generated through mass tourism, the tourism sector is also a source of birth by generating many negative social, cultural and environmental consequences, without necessarily benefiting the local populations economically.

Thus, in relation to the pressures on the environment, the territory, the heritage and the resources that it constantly exerts, we have witnessed the last ten years of the emergence of a new form of tourism, called fair and united, more respectful and close to the territories. First carried by the tourists themselves, seekers of trips with more meaning, they were then supported by associations, states and traditional companies in the sector, this new form of tourism promotes dialogue and encounters between peoples, promotes cultural heritage and natural resources by combining pleasure and openness to the world.

Solidarity tourism is a tool in the fight against poverty; its main objective is to contribute sustainably to the improvement of the living conditions of communities, while respecting their environment and their traditions. It ensures a balance in the sharing of resources, it is a source of diversification of economic activities and jobs, and promotes social cohesion.

Our study focuses on the implementation of solidarity tourism project in the wilaya of Tizi-Ouzou which has a fabulous tourist potential and exceptional climatic conditions, the wide variety of our tourist sites allow considering throughout the year, various forms of tourism: seaside, cultural, tours, health...