

République Algérienne Démocratique et Populaire.
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique.
Université MOULOUD MAMMERRI– Tizi-Ouzou.
**Faculté des Sciences commerciales, Sciences économiques Et sciences de
gestion.**
Département : Sciences commerciales.



Mémoire de fin d'études

**Thème Pour l'obtention du diplôme du master académique en Marketing
Hôtelier et Tourisme.**

Effet de la pandémie Covid-19 sur le développement du tourisme local en Algérie

Présenter par

-GACEM Nour-El-Houda.

-ZOUGAGH Lydia

Sous la direction de

-Pr HADJOU LAMARA.

Année universitaire : 2021/2022.

Remerciements

Nous tenons tout d'abord et avant tout à rendre grâce au Dieu de nous avoir donné le courage et la détermination ainsi que la patience pour pouvoir franchir toutes les épreuves afin d'arriver à ce stade.

La réalisation du présent travail a été rendue possible grâce au soutien et à la contribution de la personne que nous tenons à remercier. Chaque lettre dans ce travail est écrite grâce à lui et son soutien ; à la personne que j'ai trouvée à mes côtés dans chaque moment difficile de ma vie ; malheureusement je n'ai pas eu la chance de le remercier face à face. Au défunt Monsieur « KHIDER Nouridine » qu'on a perdu le premier octobre 2022.

Nous exprimons nos sincères reconnaissances et plus vifs remerciements à Mr LAMARA HADJOU, Directeur de notre mémoire et professeur à l'université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou, responsable de notre spécialité, pour son encadrement, sa disponibilité, ses conseils, ses encouragements et ses orientations.

Nous voudrions exprimer toute notre reconnaissance et notre gratitude aussi à Mr SALMI directeur de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, Pour sa disponibilité et sa générosité qui nous a permis d'avancer sur ce travail et grâce auxquels ce mémoire a pu aboutir. Veuillez trouver ici le témoignage de notre profond respect.

Nous remercions chaleureusement les membres du jury qui ont eu l'amabilité d'accepter d'évaluer notre travail ; aussi nos profs de master (I, II).

Nous voudrions remercier également tous ceux qui ont apporté leur aide de près ou de loin et contribué à la réalisation de ce mémoire, qui fut pour nous une expérience très enrichissante. Surtout madame KHIDER Nadia, et Mr TERKI.

Dédicaces

*Je dédie ce modeste travail, comme preuve de respect, de gratitude et de reconnaissance
À :*

*Notre défunt monsieur « KHIDER Nourdine » ; mon défunt grand-père «
AMMOUCHE Ali » et mon défunt cher cousin « AMMOUCHE Sami » ; ainsi que mes
chers défunts « ami Lounes et nana Dawia ». Paix à leurs âmes ; que dieu les accueillent
dans son vaste paradis.*

*Mes chers parents, Aucun hommage ne pourrait être à la hauteur de l'amour dont ils ne
cessent de me combler, que dieu leur procure une bonne santé et une longue vie.*

*A mes frères : Djallel, Lyes ; Rezk-Allah ; Souhil Acheraf et ma Sœur Lydia qui m'ont
soutenu de près ou de loin.*

*A mon cher Oncle Mourad ; ma grand- mère Wardia, ma tante Rahima et la famille
KHIDER de Boumraw.*

A mes chers dada Arezki et nana.

*A ma copine Djedjiga avec qui j'ai partagé les bons moments ainsi que les dures épreuves et à
: Amine, Thilleli et ma princesse Céline.*

Nour El Houda.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail de fin d'études, en guise d'amour, de reconnaissance, de respect et de remerciements :

Comme preuve de reconnaissance, je dédie cet évènement marquant ;

À la mémoire de mes chers parents qui ont fait des sacrifices tout au long de mon parcours scolaire.

*A tous mes frères et sœurs. et mes grandes mères.
Aux gens qui m'ont aidé dans mon projet de recherche, et mes amis qui m'ont soutenue.*

Je vous remercie tous.

LYDIA.

Liste des Abréviations

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

OCDE : Organisation de la Coopération et du Développement Economique.

MTAT : Ministère de Tourisme et Aménagement Touristique.

ONAT : Office National Algérien du Tourisme.

ONT : Office National du Tourisme.

SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

WTTC : World Travel and Tourism Council.

CHR : cafés, Hôtels, Restaurants

PIED : les petits états insulaires en développement.

PIB : Produit Intérieur Brut.

UIOOT : Union International d'Organismes Officiels du Tourisme.

DTA : Direction de Tourisme et de l'Artisanat.

PMA : les pays les moins avancés.

UNAT : Union National des Associations du Tourisme.

ONS : Office National des statistiques.

Z E S T : zone d'expansion et sites touristiques.

APC : Assemblée Populaire Communale.

COVID-19 : Maladie à coronavirus (également : syndrome respiratoire aigu sévère coronavirus 2, SARS-CoV-2)

UNISDR : Bureau des Nations Unies pour la Réduction des Risques de Catastrophes.

SWOT : Strengths ; Weaknesses ; Opportunities ; Thereats.

TO : Tizi-ouzou.

DTA-TO : Direction du Tourisme et l'Artisanat de Tizi-Ouzou.

Unesco : Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture.

OMS : Organisation Mondiale de Santé.

Listes des figures & tableaux

- Liste des figures	
-Figure N°01 : le tourisme et son rôle dans le développement	13
-Figure N°02 : Schéma du développement durable du tourisme	14
-Figure N°03 : la pyramide de MASLOW.	16
-Figure N°04 : les 4 caractéristiques d'un service	17
-Figure N°05 : le nombre des touristes en 2008/2009	20
-Figure N°06 : les recettes touristiques en 2008 /2009	20
-Figure N°07 : arrivés des touristes internationaux	22
-Figure N°08 : les recettes du tourisme international	22
-Figure N°09 : recette du tourisme international (exportations) de 2000 à 2019 et Scénario possible en 2020	25
-Figure N°10 : arrivées des touristes internationaux, Janvier –Mai 2020	26
-Figure N°11 : situation géographique et administrative de la wilaya de Tizi-Ouzou	48
-Figure N°12 : situation géographique du Tizirt	60
-Figure N°13 : localisation de la plage Tassalasth	61
-Figure N°14 : localisation de la grande plage.	62
-Figure N°15 : localisation de la plage Ferraoun	62
-Figure N°16 : localisation de l'îlot de Tizirt	63
-Figure N°17 : localisation du port de Tizirt	64
-Figure N°18 : Localisation de forêt de Mizrana	64
-Figure N°19 : domaine d'activité et date de création	71
-Figure N°20 : le taux de la demande avant la crise	72
-Figure N°21 : les touristes avant la pandémie	72
-Figure N°22 : l'effet de la pandémie sur le secteur du tourisme en Algérie	73
-Figure N°23 : les actions engagées face à la crise	74
-Figure N°24 : la demande pendant la crise	75
-Figure N°25 : taux d'augmentation de la demande	75
-Figure N°26 : la période de forte et faible demande	76
-Figure N°27 : les touristes pendant cette crise (2021/2022)	77
-Figure N°28 : les types de tourisme demandés selon les saisons	78
- Figure N°29 : les conséquences de la crise sur le tourisme	79
- Figure N°30 : étude pour satisfaire le client	80

Liste des tableaux

-Tableau N° 01 : Les types de visiteurs.....	6
-Tableau N° 02 : Les éléments d'une classification (Frank Paris)	7
-Tableau N°03 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB en Algérie (1987 à 2012) (en %).	35
-Tableau N°04 : Evolution de PIB de 2003 à 2011	36
-Tableau N°05 : Poids Macro-économique de la filière tourisme	36
-Tableau N°06 : les plages de la région de Tizirt	63
-Tableau N°07 : domaine d'activité et date de création	70
-Tableau N°08 : la demande sur la destination du Tizirt	71
-Tableau N°09 : les clients/ touristes avant la pandémie	73
-Tableau N°10 : L'influence de la pandémie sur le secteur de tourisme en Algérie	74
-Tableau N°11 : les actions engagées face à cette crise sanitaire	74
-Tableau N°12 : la demande pendant cette crise (2021/2022)	75
-Tableau N°13 : le taux d'occupation dans les établissements.....	76
-Tableau N°14 : la période de forte et faible demande.....	77
-Tableau N°15 : les touristes pendant la crise (2021/2022)	78
-Tableau N°16 : les types de tourisme les plus demandés selon les saisons	79
-Tableau N°17 : les conséquences de la crise sur le tourisme	80
-Tableau N°18 : étude pour satisfaire les clients	80
-Tableau N°19 : le modèle SWOT de la pandémie et le secteur du tourisme	81

Sommaire

Sommaire

Remerciements.

Dédicaces.

Liste des abréviations.

Liste des schémas, figures et tableaux.

Sommaire

Introduction générale..... 1

Chapitre 01 : « effet des crises sur l'émergence d'opportunité »

Introduction 4

Section 01 : le tourisme est une clé pour le développement ? 4

Section 02 : l'effet des crises mondiale sur le tourisme 15

Conclusion..... 26

Chapitre 02 : « Le tourisme local en Algérie ».

Introduction 27

Section 01 : La situation et le potentiel du tourisme en Algérie 27

Section 02 : Etat des lieux 42

Conclusion..... 59

Chapitre 03 : « étude de cas –région de Tizirt sur mer ->

Introduction 60

Section 01 : la présentation de la région de Tizirt sur mer 60

Section 02 : étude de cas 69

Conclusion..... 85

Conclusion générale 86

Bibliographie

Table des matières

Annexes

Introduction générale

Le tourisme à nos jours constitue une industrie par laquelle toutes les nations du monde peuvent encourager durablement leurs économies, car il est un vecteur de développement utile et raisonnable pour de nombreux pays, il tient à les aider dans cette chance que représente l'industrie touristique.

Le tourisme est le secteur d'activités le plus large à l'échelle mondiale et celui qui fournit le plus d'emplois : 1 travailleur sur 11 opères dans ce secteur.

Le tourisme est le moteur de croissance de nombreux pays, tant de pays du nord que de pays en développement. Il s'agit principalement d'un tourisme de masse, de plus en plus globalisé et capitalistique, aux mains d'un nombre chaque fois plus restreint de grandes entreprises ; compagnies aériennes ; tours opérateurs ou chaînes hôtelières qui opèrent à l'échelle de la planète.

Les trois quarts des bénéfices du secteur restent ou retournent les pays du nord.

Additivement à cet apport en devise renforçant le pouvoir d'achat international d'un pays donné, il est admis chez les experts du tourisme exerçant dans des divers organismes internationaux, comme l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), et l'Organisation de la Coopération et du Développement Economique (OCDE)... etc. Que le tourisme joue un rôle socio-économique ; que doivent mettre à profit les pays du tiers-monde en particulier : création d'emplois, protection et valorisation des ressources économiques, aménagement, et stimulation d'autres activités économiques, c'est ainsi que beaucoup de pays en voie de développement se sont lancés avec enthousiasme dans la mise en place d'une politique touristique souvent conçue avec l'assistance de consultants internationaux.

L'Algérie comme tous les autres pays en quête d'une relance pour son économie. Parmi les principaux créneaux de cette relance, elle compte bien sur le secteur du tourisme pour un long terme.

On peut dire, actuellement, que le secteur du tourisme en Algérie est devenu impératif et non plus un choix, ce qui nous décideurs devant l'obligation de mettre en œuvre une stratégie de développement du tourisme à l'échelle nationale. Et par la même une valorisation de l'image d'une destination Algérie très brillante à l'extérieur.

Le tourisme dans nos jours est considéré comme un levier important de création de valeur ajoutés, et une vraie alternative pour la relance et le développement économique.

Aussi c'est le secteur le plus touchés par la crise coronavirus (COVID-19) d'après les chiffres de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT).

D'après l'expert international en tourisme Mr SAID BOUKHELIFA ; en Algérie plus d'un millier d'agences de voyage sont fermées en 2020 ; mais à partir de 2021 le tourisme reprend lentement dans certaines destinations.

De ce fait notre recherche s'articule autour de la question centrale suivante :

➤ **Quel est l'impact de cette crise sur le développement du tourisme intérieur et sur les établissements du tourisme en Algérie ?**

Pour répondre à cette question principale de la recherche, nous avons posé un ensemble de sousquestions comme suit :

-Quel est l'état de tourisme intérieur avant la pandémie de COVID-19 ?

-Quelle est la contribution du secteur touristique dans l'économie nationale ?

-Quels sont les points faibles, les points forts, les opportunités et les menaces de la destination Algérie ?

Les hypothèses :

- Le tourisme peut contribuer au développement de l'économie nationale en créant de nouveaux emplois ; générant des revenus directs tel que les recettes engendrées par les hôtels ; les restaurants. Ainsi que les revenus indirects générés par les autres secteurs tel que : l'industrie, l'agriculture et le commerce des produits locaux et artisanaux.
- La destination Algérie possède des atouts touristiques remarquables et variés qui attirent les touristes pour différents motifs et peuvent développer différents types de tourisme.
- La pandémie de COVID-19 est une opportunité pour encourager le tourisme local.

Le choix de sujet :

La spécialité de marketing hôtelier et touristique se compose de deux parties :

Théorique et pratique. Donc le choix de thème mémoire est très important et sensible. C'est pourquoi nous avons plusieurs raisons pour choisir ce thème « l'impact de COVID-19 sur le développement de tourisme local en Algérie » :

-Notre inclination personnelle pour ce domaine est la principale motivation de notre choix qui nous aidera à pratiquer cette formation.

-Sachant que le produit touristique est un produit composite, veut dire il regroupe plusieurs services qui appartient à des secteurs d'activités différentes tel que : le transport, la restauration, l'hébergement, l'assurance, loisir... etc.

-Ce thème nous soutiendra à avoir un savoir important dans tous ses secteurs que nous utiliserons plus tard dans notre projet professionnel.

-Notre projet d'étude est d'analyser le marché touristique algérien.

Afin de répondre à notre problématique et dans la perspective de confirmer ou d'infirmer notre problématique de départ, nous avons adopté une méthode de recherche que nous avons opté pour la méthode qualitative et analytique de nature exploratoire en menant une enquête de terrain auprès des établissements du tourisme.

Histoire de bien illustrer notre analyse, en répondant à la problématique et aux questions annexes, nous avons pu tracer le plan de travail suivant, montrant une étude portée sur trois chapitres, deux chapitres pour notre partie théorique, et le troisième chapitre pour la partie dite pratique.

Notre travail comporte dans le premier chapitre l'effet des crises sur l'émergence d'opportunité, nous traitons dans la première section l'importance du tourisme dans le développement économique d'un pays. Et la deuxième section comporte l'effet des crises mondiales sur le tourisme.

Le deuxième chapitre comporte le secteur touristique en Algérie dont la première section parle sur la situation du tourisme en Algérie et le potentiel et la deuxième section parle sur les états des lieux.

Le troisième concerne la présentation, l'analyse et la discussion des résultats. Et enfin l'analyse stratégique de la destination Tigzirt sur mer en utilisant la matrice SWOT.

**Chapitre I « l'effet des crises sur
l'émergence d'opportunité. »**

« Le tourisme est l'industrie qui consiste à transporter des gens qui seraient mieux chez eux dans des endroits qui seraient mieux sans eux »

J. MISTLER

Introduction

Ce chapitre tente de définir le tourisme, et son rôle dans le développement d'un pays, ses différents effets économiques et sociaux, dans le but de montrer son importance dans l'économie nationale et mondiale.

Dans un second lieu, ce chapitre représente ; l'effet des crises mondiales sur le secteur du tourisme.

Section 01 : Le tourisme est une clé pour le développement ?

1.1 le tourisme :

Le tourisme est une activité très ancienne qui se pratiquait à l'époque des Grecs et des Romains sous forme du tourisme thermal.

Il s'agit d'une activité humaine qui occupe une place importante aux niveaux des marchés nationaux et internationaux ; car il contribue au bien-être social et économique.

La naissance du tourisme :

Historiquement ; le tourisme a d'abord été une pratique culturelle avant de devenir un phénomène de masse et revêtir d'importants enjeux économiques le « Grand Tour » désignait au XIII^e siècle le voyage initiatique d'un an à travers l'Europe, des jeunes aristocrates britanniques. L'étape italienne et l'art classique étaient obligatoires, et à leur retour, les jeunes hivernaient sur la côte d'Azur avant de passer les Alpes, créant, par exemple la région niçoise, une véritable colonie britannique et une nouvelle économie (résidences, services, routes... dont bien-nommée promenade des anglais). C'est jeune voyageaient pour découvrir l'Europe mais aussi pour faire du Lobbying auprès des grands de ce monde qu'ils rencontraient ; tel était le double objectif du tourisme pour cette petite élite.

C'est « **STENDHAL** » qui francisera officiellement le terme « tourisme » en 1838 dans ses mémoires d'un touriste, livre de voyage où il décrit son voyage de plusieurs mois en France.¹

¹ - www.Nouveautourismeculturelle.com/breve-histoire-du-tourisme.

Définition du tourisme :

Plusieurs définitions ont été proposées pour définir le tourisme ; on cite quelque unes :

- ❖ Il est d'usage de concevoir le tourisme comme une forme de mobilité temporaire, motivée par la recherche d'agrément, qui s'effectue en dehors du domicile habituel pour une durée d'au moins 24 heures.²
- ❖ Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins diverses, relevant de l'agrément, de la pratique de loisirs ou pour tout autre motif : culturel, ludique, médical, religieux, etc.³
- ❖ De fait, le tourisme, désigne aussi, l'ensemble des activités économiques qui sont liées aux pratiques touristiques, à savoir des prestations variées dans le domaine des services qui portent tant sur l'accueil des visiteurs dans les zones émettrices, et la confection et la distribution de produits touristiques.⁴
- ❖ **Le tourisme selon Hunziker et Krapf (1942) :** « Le tourisme est la somme des relations et des phénomènes découlant du voyage et du séjour des non-résidents dans la mesure où, ils ne conduisent pas à la résidence permanente et ne sont pas liés à une activité de gain ».⁵
- ❖ **Le tourisme selon la géographe Rémy KNAFOU (1997) :** « Le tourisme est un déplacement c'est-à-dire un changement de place, un changement d'habiter : le touriste quitte temporairement son lieu de vie pour un ou des lieux situés hors de la sphère de sa vie quotidienne. Le déplacement opère une discontinuité qui permet un autre mode d'habiter ».⁶
- ❖ **Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) :**

« Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui suppose des mouvements de personnes vers des pays ou des lieux situés en dehors de leur environnement habituel intervenant pour des motifs personnels ou pour affaires et motifs professionnels. Ces personnes sont appelées visiteurs et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou non-résidents ; le tourisme englobe leurs activités, dont certaines impliquent des dépenses touristiques. ».⁷

² - ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
Page 7.

³ - ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
Page 7.

⁴ - ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
Page 7.

⁵ - ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
Page 8.

⁶ - ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
Page 8.

Définition du touriste :

Après avoir définir le tourisme, il est nécessaire de définir le touriste ; ce concept est lié à plusieurs définitions données par divers auteurs et sources, nous vous présentons quelques-unes :

Selon YVES-TINARD : Touriste est « toute personne en déplacement hier de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24h (ou une nuit) pour l'un des motifs suivants : agréments (vacances, et séjours de fin de semaine), santé (thermalisme, thalassothérapie), mission et réunions de toutes sorte (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestation sportives, etc.), voyage d'affaire et déplacement professionnel et voyage scolaires »⁸

Selon Hammad (2001), le touriste est toute personne qui passe vingt-quatre heures et plus dans un pays étranger pour loisir, visite familiale, rencontre des amis, affaires et missions.⁹

Selon l'OMT : « toute personne en déplacement hors de son environnement habituel pour une durée d'au moins une nuit et d'un an au plus »¹⁰

La notion du tourisme est définie en fonction du motif et de la durée du déplacement :

Tableau 1 : Les types de visiteurs.

Durée	dénomination
Moins de 24 heures.	Excursionniste
Plus de 24 heures et moins de 04 mois.	Touriste.
Au moins 04 jours et plus de 04 mois.	Vacancier.

Source : Le tourisme économie et management.

⁷ - www.untwto.org/fr/glossairede-tourisme.

⁸ - YVES TINARD « le tourisme : Economie et management » Edition : Edicience International, France, 1994, p07.

⁹ - Demen-Meyer Christine ; LE TOURISME : ESSAI DE DÉFINITION ; Management Prospective Ed. | « Management & Avenir » 2005/1 n° 3 | pages 15.

¹⁰ - <https://unstats.un.org>

Définition de l'excursion :

Les acteurs cherchent à réduire le terme de déplacement dans le cadre du tourisme de séjour procède de deux dimensions : l'accès à l'espace touristique visité durant la journée (un site, une étendue marine...) est un déplacement au même titre que celui lors de la visite, au sein même du lieu (selon des modes de transport variables). Le temps de l'accès à l'espace touristique fait alors partie de ces « temps contraints » [Knafou, 2003].

L'espace touristique fréquenté et visité constitue en effet la véritable ressource touristique, finalité même de la journée, quelle que soit sa modalité : dans le cas d'une randonnée pédestre à la journée, fondée sur un déplacement continu dans un espace touristique, la randonnée en elle-même représente ainsi la ressource ; la durée de l'accès à cette ressource est alors la contrainte. La dualité contrainte/ ressource est au cœur de toute activité de loisirs supposant un déplacement hors du lieu de résidence touristique pour des durées et des modalités variables. La caractérisation et l'individualisation des pratiques de déplacement jouent alors sur plusieurs éléments de classification.

Tableau 2 : Les éléments d'une classification (Frank Paris).

	Temps du déplacement vers les lieux de visite	Temps de la visite		
		Nombre de lieux visités	Déplacement pendant la visite du (des) lieu(x)	Constituants du lieu (paysages, fonctions...)
Excursion	contrainte ; fragmentation entre les lieux visités	à partir de 2	Complément appréciés mais secondaires.	ressource première et principale pour l'activité touristique
Balade	contrainte ; 2 déplacements (accès au lieu visité et retour au lieu d'hébergement)	1 lieu principal et dominant toute la journée	ressource première et principale pour l'activité touristique	compléments mais secondaires appréciés
Randonnée	contrainte ; 2 déplacements (accès au lieu visité et retour au lieu d'hébergement)	1 lieu principal et dominant toute la journée	ressource première et principale pour l'activité touristique	compléments mais secondaires appréciés

Sortie	contrainte ; 2 déplacements (accès au lieu visité et retour au lieu d'hébergement)	1 lieu principal et dominant toute la journée	compléments mais secondaires appréciés	ressource première et principale pour l'activité touristique
---------------	--	---	---	---

Source : Collection EDYTEM. Cahiers de géographie, numéro 4, 2006 (page 141).

1.2 Le rôle du tourisme dans le développement économique et social :

Le tourisme est une activité économique qui a créé des services vitaux dans le monde. Il a créé lesservices et les produits, il génère des devises, de l'emploi et des investissements. Il -est devenu une industrie florissante qui a un impact économique et social important dans les économies et les sociétés ce qui a été confirmé par SMITH (1988).¹¹

HEDDAR (1988) révèle que « Le tourisme provoque des changements socioéconomique qui sont surtout mis en évidence par les défenseurs de ce secteur entant qu'activité de base à tout développement d'un pays notamment pour les pays du Tiers-Monde ». ¹²

1 .2.1 le rôle du tourisme dans le développement économique :

L'impact économique du tourisme dans l'économie mondiale ; ce qui est confirmé par les statistiques de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), après une contraction de 3.5% à l'échelle de la planète en 2020 et un rebond de 5.5% en 2021, l'économie mondiale devrait connaitre une croissance de 4% en 2022 puis de 3.5% en 2023.

C'est un fait acquis, dans certains pays pauvres ou émergents ; la part du tourisme dans le Produit Intérieur Brut n'a cessé de progresser au cours des dernières années. Selon l'OMT, le tourisme est la principale source de devises étrangères pour 46 des 49 pays les moins avancé.¹³

¹¹ - SLJ SMITH : annales de la recherche touristique, 1988-ELSEVIER.

¹² - HEDDAR, B - Rôle socio-économique du tourisme- cas d'Algérie ; édite par OPU-Enal ; 1988.

¹³ - Selon le secrétaire général de l'organisation mondiale du tourisme (OMT) ; ZURAB POLOLIKASHVILI ; publier le 14 janvier 2020.

Le tourisme à l'échelle mondiale est considéré comme un important moteur de développement économique mais pas seulement ; actuellement il touche considérablement le volet de développement, car il entraîne par ses effets plusieurs secteurs tels que la culture, l'artisanat, les transports, les services... il est considéré actuellement comme le maillon fort qui nourrit la création de richesse et d'emplois au sein d'un pays tel que l'Algérie.

Beaucoup d'auteurs ont expliqué le tourisme et son rôle dans le développement économique ; nous citons quelques-uns :

Le poids économique du secteur touristique équivaut à celui des plus importantes industries modernes. **G. Wackermann** a bien situé la signification du tourisme dans un contexte macroéconomique plus étroit et précis : « l'internationalisation rapide, puis la mondialisation ont d'abord intégré le tourisme aux activités tertiaires de pointe, et ensuite à l'économie en général. Le tourisme est à présent considéré comme un élément constitutif de la puissance économique d'un Etat et du commerce extérieur de celui-ci » (**Wackermann, 1997**).¹⁴

Williams et Shaw(1998) présentent le tourisme comme une industrie masquée de mythes et de stéréotypes, ils trouvent qu'il est nécessaire d'examiner les nouvelles tendances du tourisme ainsi que son aspect économique et sa contribution dans le développement économique¹⁵.

Eliott (1997) a expliqué que le tourisme est parmi les industries fortes dans le monde ; le tourisme représente pour certains pays une potentialité significative pour le développement futur et pour d'autres il représente une diversification de leur économie.¹⁶

Les retombées économiques du tourisme constituent le principal moteur du développement. Le tourisme est une entreprise et ce que nous faisons lorsque nous vendons nos services aux touristes. C'est échanger une partie de notre environnement et de notre culture en échange de recettes fiscales, de revenus et d'emplois bien que le tourisme soit basé sur les services, les dépenses des touristes sont aussi « réelles » ; que toute autre forme de consommation et les dépenses des touristes internationaux peuvent être considérées comme une exportation invisible par le pays d'accueil.¹⁷

¹⁴ - DUBRUY GABRIEL ; « du territoire aux services ; Wackermann ; G, la civilisation de services : annales de géographie, année 1998. Page 105.

¹⁵ -www.shcolar.com/ MICHAEL C ALL ; ALLAN WILLIAMS ; "Tourism and innovation" publié le 19-02-2008.

¹⁶ -BRAHIM BOUALI et BADIA OULHADJ-politique publique au service de la compétitivité de la PME touristique marocaine : processus d'élaboration et perception des PME bénéficiaires du programme (MOUSSANADA SIYAHA) ; page 356.

¹⁷ -JOHN FLETCHER; ALAN FYALL; DAVID GIBLBERT; STEPHEN WANHILL: "Tourism principles and practice"; Sixth edition; page 146.

Le tourisme intérieur est à la fois un substitut d'importation ; s'il a été choisi à la place des voyages des résidents à l'étranger, et une exportation de la région d'accueil vers d'autres régions de l'économie nationale.

Pour les pays émetteurs de touristes, les dépenses touristiques sont une importation invisible lorsque leurs résidents dépensent en services à l'étranger.¹⁸

Le tourisme intérieur est également l'une des grandes formes de redistribution des revenus ; où les revenus gagnés dans les zones urbaines sont redistribués dans les zones côtières ou rurales peu peuplées :

Selon l'OMT : « Portées par une économie mondiale relativement forte, l'expansion de la classe moyenne, les arrivées de touristes internationaux ont progressé de 5 % en 2018 pour atteindre 1,4 milliard. Ce cas a été atteint deux ans plus tôt que ne le prévoyait l'OMT. Parallèlement, les recettes d'exportation du tourisme, en augmentation, se sont élevées à 1.700 milliards d'USD. Ce sont des chiffres qui font du secteur une véritable force motrice à l'échelle mondiale de la croissance économique et du développement, stimulant La création d'emplois plus nombreux et de meilleure qualité et jouant un rôle de catalyseur de l'innovation et de l'entrepreneuriat. En somme, le tourisme offre une vie meilleure à des millions de personnes et transforme des communautés tout entières. »¹⁹

La croissance des arrivées et des recettes du tourisme international continue d'être supérieure à celle de l'économie mondiale et l'accroissement du revenu touristique profite aussi bien aux économies émergentes qu'aux économies avancées.

M. Pololikashvili : « Le nombre de destinations qui affichent des recettes du tourisme international égales ou supérieures à 1 milliard de dollars USD a presque doublé depuis 1998 »²⁰

¹⁸ - JOHN FLETCHER; ALAN FYALL; DAVID GIBLBERT; STEPHEN WANHILL: "Tourism principles and practice"; Sixth edition; page 147.

¹⁹ - Zurab Pololikashvili ; Secrétaire général ; Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ; juillet 2019.

²⁰ - <https://www.unwto.org/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en-2019> publié le 20 jan 2020 ; consulté le 21/06/2022.

Le rôle du tourisme dans le développement social :

En tant que phénomène social total, Considérant le tourisme comme un facteur de développement des qualités humaines, une activité de partage, de rencontre, de découverte de l'autre un moteur d'épanouissement culturel qui ne peut qu'améliorer l'être humain, bénéficiant de cette ouverture sur le monde que procure le tourisme.

Le tourisme est une activité humaine, il concerne le déplacement des personnes vers différentes destinations où ils rencontrent de nouveaux gens avec différentes cultures, ce qui a créé l'échange qui s'explique par des liens d'amitié et des échanges d'idées et de cultures.

Les professionnels qui trouvent que le tourisme a des impacts sociaux et culturels, l'ouverture de l'esprit de la population locale, la formation des échanges et du dialogue entre les peuples, la lutte contre l'exode rural car il encourage les populations locales à rester sur place et surtout encourager la pérennité de l'agriculture.

Le tourisme social nous paraît être d'une nature différente. Il est tout d'abord le résultat d'une lutte, d'une aspiration. Il implique de ce fait une participation directe de l'individu, qui le perçoit non comme une marchandise de plus à acquérir, mais comme l'exercice d'un droit fondamental, la réalisation toujours renouvelée d'une conquête. Il exige aussi, pour se réaliser, la « solidarisation » d'intérêts et d'aspirations, la mise en commun de moyens collectifs qui seront l'émanation soit des participants eux-mêmes, soit des diverses structures de la société. Souci fondamental de qualité, et ouverture au plus grand nombre, ce sont là incontestablement les deux lignes de force essentielles d'un tourisme qui est bien autre chose qu'une simple activité économique.²¹

D'après **M. DUCHET** « La période qui va de 1890 et 1936 voit le tourisme prendre une importance qu'il n'avait jamais eue... c'est enfin une période très active d'organisation au cours de laquelle se créent de nombreux groupements, multiples associations ; sociétés privées. Sociétés privées d'abord, institutions publiques ensuite, ouvrant la voie dans laquelle le tourisme, bientôt, s'engagera définitivement, celle de son intégration dans la cité humaine ».²²

Le tourisme ne se mesure pas en seuls termes de distances parcourues. Mais il se double aussi, pour nous, d'un intense désir d'ouverture, de découverte du monde. C'est par lui que, nous sommes persuadés, il est le plus facile à l'homme de prendre conscience de sa diversité et de son unité, de la solidarité obligée qui lie l'espèce humaine.

²¹ -Arthur Haulot, Eric Hellendorff, Louis Jolin, Robert Lanquar, Mario Ruffino, Klaus Weiermair, Jeffrey West « Tourisme et société Mutations, enjeux et défi » édition par JEAN MICHEL. DECROLY ; ANNE MARIE DUQUESNE ; ROLANDO DELBERE et ANYA DIEKMANN ; université de Bruxelles 2006 ; page 22.

²² - Dacharry Monique. Le tourisme social (Association française des Experts scientifiques du tourisme). In : *Revue de géographie alpine*, tome 53, n°4, 1965. Page 638-639. DOI : <https://doi.org/10.3406/rga.1965.3233>

C'est par lui que nous concevons le plus aisément l'accès à la culture, à la compréhension, et finalement à l'apaisement des jalousies et des conflits, à la correction, à l'effacement des jugements tout faits.²³

Le tourisme peut jouer un rôle très important dans la préservation du patrimoine culturel comme les ruines et les anciennes sculptures qui sont exposées dans les musées ainsi que les festivals qui s'organisent lors des événements religieux, culturels, musicaux, artistiques et culinaires qui ont pour but de faire connaître aux touristes et promouvoir ces richesses à l'étranger. Il permet aussi de préserver et valoriser les traditions locales, les produits locaux typiques aux destinations ainsi que le commerce des produits artisanaux qui sont le gagne-pain de beaucoup de familles locales.²⁴

L'impact socioculturel :

La croissance du tourisme influe sur la base sociale/culturelle des destinations de manière positive ou négative. Il fournit beaucoup de gains économiques aux destinations surtout sur le court terme mais il cause en contre partie des nuisances au rythme de vie de la population locale et la structure de la société :

- Le caractère culturel du tourisme : potentiel d'ouverture et de rencontre des cultures ainsi des relations entre les peuples.
- Dégâts culturels par la méconnaissance des coutumes, des traditions et des difficultés de leurs hôtes : arrivées de boissons alcooliques, « nudisme ou naturisme », ...provoquant le choc des cultures.
- Fragilisation du tissu social : confrontations brusque des populations locales à certaines activités dérangeantes liées au tourisme (musiques et soirées bruyantes et durables),
- Augmentations de fléaux sociaux (prostitution, mendicité, criminalité...)
- Mauvaises images sur les populations locales comme attraction touristique : visite de bidonvilles, folklorisations, ...²⁵

²³ - Arthur Haulot, Eric Hellendorff, Louis Jolin, Robert Lanquar, Mario Ruffino, Klaus Weiermair, Jeffrey West « Tourisme et société Mutations, enjeux et défi » édition par JEAN MICHEL DECROLY ; ANNE MARIE DUQUESNE ; ROLANDO DELBERE et ANYA DIEKMANN ; université du Bruxelles 2006 ; page 24.

²⁵ - Par Pr M. BELATTAF & A. MOULOUD ; « Thème de communication : Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique : Pour un tourisme durable » ; Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales ; Laboratoire d'Economie & Développement - LED – Université de

Le tourisme est bien une activité majeure pour notre pays, porteur d'innovation, de savoir-faire et de progrès social, qui supporte la comparaison avec de nombreux autres secteurs représentés dans la figure suivante :

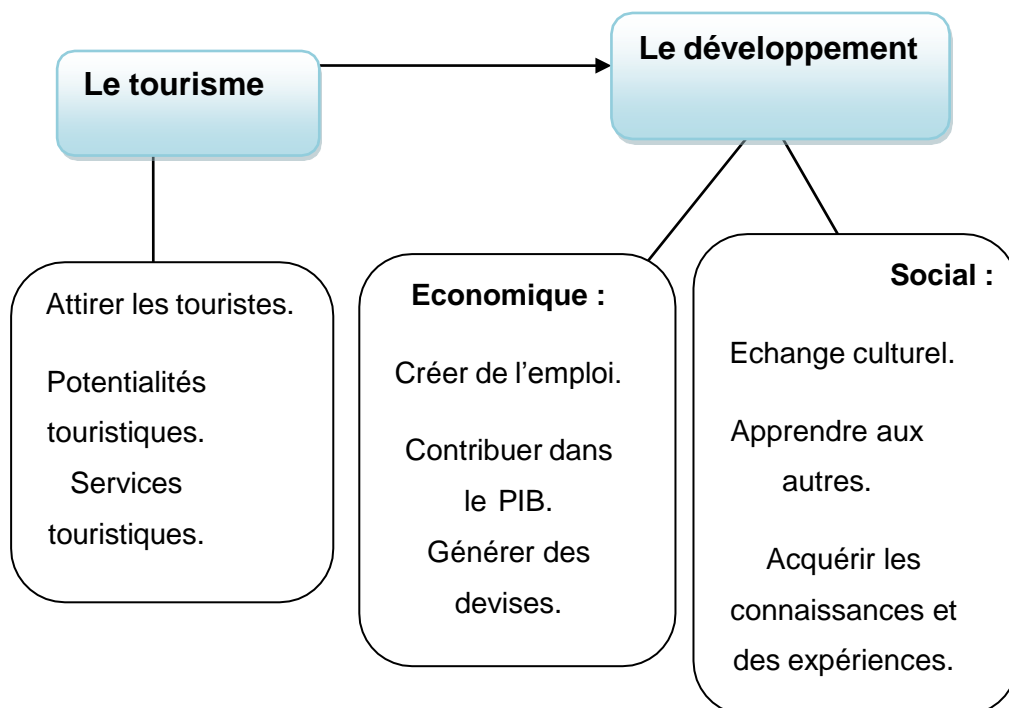


Figure 1 : le tourisme et son rôle dans le développement.

Source : construire par nous-même.

Le tourisme durable :

La stratégie de développement du tourisme doit être bien conçue pour favoriser ses impacts positifs d'un côté et de minimiser ses impacts négatifs de l'autre. Le tourisme durable peut être un puissant levier de développement quand il est mis dans un territoire touristique à l'échelle locale, régionale ou internationale.

Selon **Kotler** « Les organisateurs touristiques doivent tenir compte de la capacité de l'environnement d'un endroit à supporter tous les résidents de la région et pas seulement les touristes. Sans une pareille organisation, une destination peut être endommagée au point que les voyageurs ne peuvent y avoir accès. ». ²⁶ Il détermine le tourisme durable comme un concept de gestion touristique qui prévoit les problèmes qui peuvent se produire lorsque la capacité d'exploitation des destinations

Bejaia (Algérie) ; page 7. <https://studylibfr.com/doc/2597404/th%C3%A8me-de-communication-evolution--formes-et-impacts-de-...>

²⁶ - Philip KOTLER ; marketing du tourisme et de l'accueil ; Pearson France ; 2016 ; page 08.

touristiques est dépassée. Donc il s'agit d'un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs.

L'évaluation des impacts environnementaux est connue par (ECI), elle passe par les étapes suivantes ²⁷ :

- Inventaire de l'environnement social, politique, physique et économique,
- Les tendances de projet,
- Fixation des buts et des objectifs,
- Test des alternatives et choix des meilleures pour réaliser les objectifs,
- Sélection des meilleures alternatives,
- Développement d'une stratégie,
- Application et évaluation

Selon l'OMT Le tourisme durable est définie comme “un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil”. Il vise l'équilibre entre les trois piliers du développement durable dans la production et la réalisation des activités touristiques.²⁸

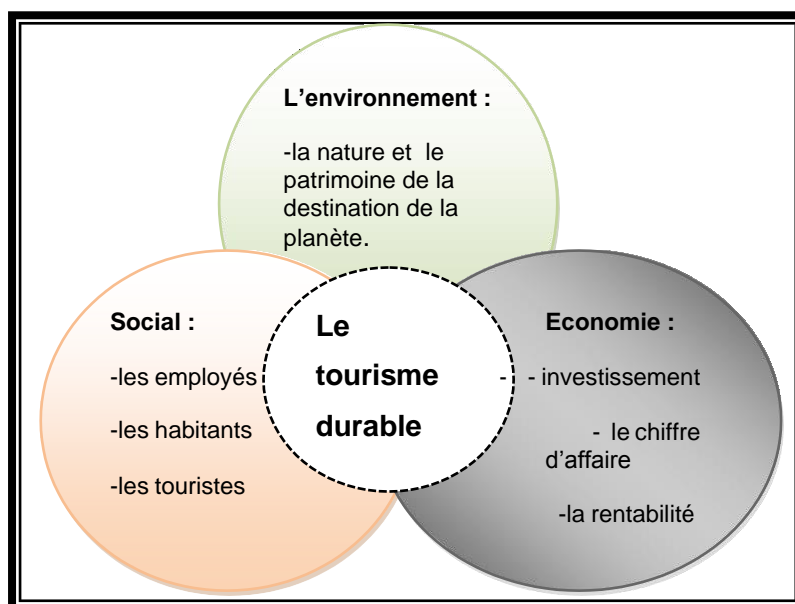


Figure 2 : Schéma du développement durable du tourisme.

Source : atout France.

²⁷ -. ECI : Environmental impact assessment.

²⁸ - <https://www.tourisme-durable.org/> consulté le 11/08/2022.

- **En termes économiques** : le développement durable des pays développés passe par une réduction de la consommation d'énergie et de ressource, pour les pays sous-développés, cela signifie employer des ressources pour élever le niveau de vie et réduire la pauvreté.
- **De point de vue environnemental** : cela signifie la protection des ressources naturelles et l'utilisation optimale des terres agricoles et des ressources en eau
- **De point de vue social** : il s'agit de lutter pour la stabilité de la croissance démographique et d'élever le niveau des services de la santé, de l'éducation surtout à la campagne.

Section 02 : l'effet des crises mondiale sur le tourisme

Selon l'OMT qui dépend des nations unies ; le tourisme occupe la troisième place dans le classement des grands secteurs du commerce mondial. Il est précédé que par les industries du pétrole et de l'automobile. Il représente aujourd'hui la première industrie de service dans le monde.

Le secteur du tourisme opère dans un climat caractérisé par le mouvement, le changement et la diversité culturelle et technologique. Il est considéré comme le secteur le plus affecté par la stabilité et la paix mondiale. Par conséquent, il est exposé à de nombreux risques et crises, tant interne qu'externe, et à des causes et des conséquences qui diffèrent d'un pays à l'autre, d'une région à l'autre et d'une organisation à une autre ; selon la nature de spécificité du travail de cette organisation ; que ce soit d'hôtellerie, agence de voyage, compagnie aérienne... etc.

Et pour faire face à toutes sortes du risque, qu'il s'agisse de risque touristique, économique, politique, sanitaire, social, ou environnemental ; avec un plan scientifique bien étudié de gestion des risques et des crises. Elle doit constamment évoluer avec le niveau des problèmes auxquels il est confronté pour maintenir les éléments de la demande et l'offre touristique disponible et future, dans différents pays et contribuer positivement à la résolution de ces problèmes avec une pensée administrative proportionnée au type de problème ou de crise à travers la disponibilité et le nombre de tous les éléments de réussir à gérer ces crises pour l'industrie du tourisme.

2.1 Le tourisme et les crises mondiales :

Le tourisme autant qu'industrie est confronté à de nombreux défis, dont le plus important il s'agit d'une industrie très sensible et qu'elle est affectée localement ou internationalement, privant beaucoup de sa capacité à soutenir les économies internationales, mais les crises successives qu'a connues le secteur du tourisme dans le monde ont confirmé qu'il occupe une place importante dans la communauté internationale

Afin de comprendre l'impact de ces crises sur le tourisme. Il faut d'abord expliquer la théorie de **MASLOW** montrent que les motivations des êtres humains naissent dans des besoins à satisfaire

hiérarchisés en 5 niveaux. Une hiérarchie qui débute par les besoins physiologiques jusqu'à l'étape ultime, l'accomplissement de soi. De cela on conclut que les vacances et les séjours sont classés dans la 5^{ème} classe : des besoins de lux.

- **Besoins physiologiques** : dormir, se nourrir, boire, s'habiller... Bref : les besoins primaires biologiques et physiques
- **Besoins de sécurité** : éléments de stabilité, de protection
- **Besoins d'appartenance** : intégration dans un groupe, statut social
- **Besoins d'estime** : être reconnu, être aimé, être accepté par les autres
- **Besoins d'accomplissement de soi** : se réaliser, s'épanouir, se développer personnellement.²⁹

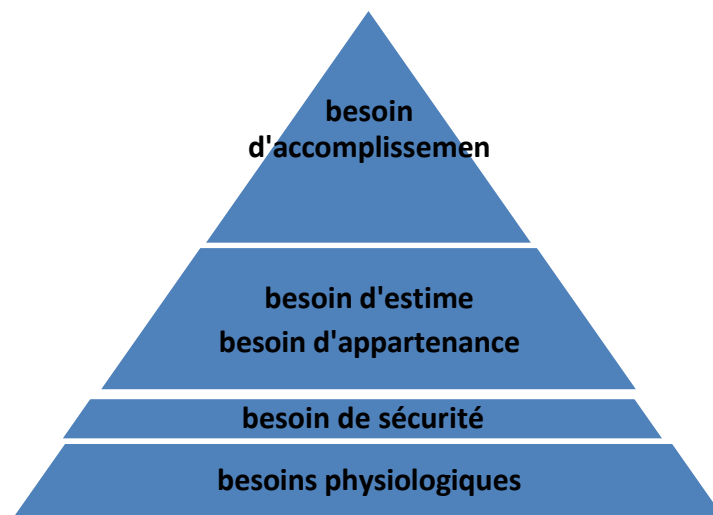


Figure 3 : la pyramide de MASLOW.

Source : manager-go.com

La crise affecte souvent le niveau des salaires et la valeur du capital (valeurs boursières), provoque la faillite et le chômage, et accroît les tensions sociales et politiques. Selon la théorie de MASLOW ; le produit touristique appartient au sommet de la pyramide, représentant les besoins de bien-être. Nous concluons que le secteur de tourisme est le secteur le plus touché par les crises. Les gens en temps de crise ont tendance à consommer rationnellement car ils ne dépensent leur argent que pour répondre aux besoins nécessaires et pour économiser de l'argent en cas d'urgence.

²⁹ - Mme DOUICI-HACHEMIE ; cour L1« introduction à l'économie » ; faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion ; université MOULOUD MAMMERRI –TO- ; 2017 /2018.

La nature du produit touristique est également une variable qui affecte le secteur car il s'agit d'un produit composite : cela signifie qu'il combine de nombreux services appartenant à différents secteurs d'activité comme le transport ; l'hébergement ; la restauration, ...etc.

L'activité de service se caractérise principalement par la prestation des services techniques ou intellectuels. Contrairement à l'activité industrielle, elle ne peut être décrite uniquement par les caractéristiques d'un bien corporel acquis par le client.³⁰

Selon **Kotler, Keller et Manceau (2015)** les quatre caractéristiques des services sont :

- ✓ Les services sont intangibles. ...
- ✓ Les services sont variables. ...
- ✓ Les services sont périssables. ...
- ✓ Les services sont indivisibles (il y a une simultanéité entre la production et la consommation)³¹

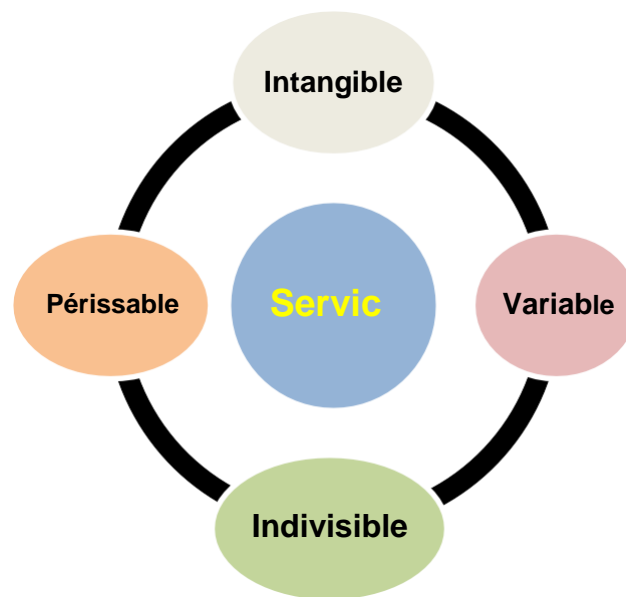


Figure 4 : les 4 caractéristiques d'un service.

Source : ARMAD Dayan manuel de gestion, volume 1, 2^{ème} édition.

³⁰ - MR. KHEDDACH SAMIR ; cours M1 « introduction aux services » ; faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion ; université MOULOUD MAMMERI –TO ; 2020/2021.

³¹ -« économie des services pour un développement durable » ; programme 2006 ;(consulté le 05/06/2022).

Ces caractéristiques font du produit touristique un produit sensible et fragile face aux crises. Car si les établissements touristiques ne vendent pas leurs produits tous les jours, cela se calcule comme une perte pour l'entreprise. Selon l'expert en tourisme, M. SAID BOUKHELIFA, " l'hôtel doit remplir 30% de sa capacité résidentielle pour être en état d'équilibre financier'".

2.2 l'effet de la crise économique sur le tourisme :

2.2.1 La crise économique mondiale de 2008 :

En cas de la crise économique, le sens commun invite la population à se débarrasser du superflu. Les vacances apparaîtraient donc comme l'une des premières victimes des choix nécessaires pour se concentrer sur l'essentiel. Il a noté cependant que la stabilité du secteur touristique a été touchée par plusieurs crises. La crise de 1929 ; ou bien la crise des subprimes entre décembre 2007 et juillet 2009 sont les exemples les plus connus.

L'origine de la crise :

Au cours de l'année 2006, l'immobilier américain a explosé et les banques américaines ont commencé à accorder des prêts hypothécaires. Prendre un risque fort ; et les banques croyaient pouvoir toujours mettre la main sur la maison, et la revendre plus cher, peut-être 40 % des prêts accordés en 2006 étaient des prêts à haut risque, la crise ayant débuté avec « **Lehman Brothers** » des frères en Amérique qui ont accordé des prêts bien supérieurs à ses actifs et ont encouragé les citoyens américains à (Emprunter sans garantie).³²

Le volume des créances douteuses aux particuliers s'élevait à environ cent milliards de dollars, puis la situation s'est aggravée jusqu'à ce que la valeur des créances douteuses augmente liée aux hypothèques à 700 milliards de dollars, cette situation a conduit les particuliers et les institutions à devoir vendre des biens immobiliers.

Sa valeur a chuté et l'offre a augmenté par rapport à la demande, de sorte que la crise s'est aggravée dans un cercle vicieux, et la situation a été exacerbée par l'augmentation du nombre de maisons proposées à vendre à 75% en 2007 pour vendre 2,2 millions de logement. Ensuite, les étapes de la crise financière ont commencé à se développer par la suite. En août de la même année, les inquiétudes concernant la crise ont commencé bas vers les concessionnaires en bourse incitant. La Réserve fédérale américaine ; à intervenir pour remédier à la situation afin de ne pas étendre la crise, cela n'a toutefois pas empêché la baisse de la valeur des actions de nombreuses grandes banques spécialisées dans le crédit hypothécaire au cours de la période d'octobre à décembre 2007, ce qui a

³² - <https://www.lafinancepourtous.com/> publié le 23/02/2022 ; (consulté le 05/07/2022).

incité la Banque centrale américaine à réduire le taux d'intérêt (de 0,75% pour atteindre 3,5% au lieu de 4,25% le 22 janvier 2008 afin de contenir cette crise.).³³

L'impact de cette crise sur le tourisme :

Le tourisme international a connu une baisse significative au cours de l'année 2008 sous l'influence d'une économie mondiale extrêmement volatile, a indiqué mardi l'Organisation mondiale du tourisme (OMT).

Le nombre de touristes a augmenté de plus de 2% en 2008 par rapport à l'année 2007 grâce aux très bons résultats de la première partie de l'année. En revanche, les six derniers mois de 2008 ont été marqués par un retournement radical de tendance. Les 5% de croissance enregistrés de janvier à juin ont été suivis d'un déclin de 1% pour les six mois suivants.

La situation économique actuelle risquant de se prolonger en 2009 et peut être plus longtemps, l'OMT prévoit une performance encore plus modeste pour cette année. Selon le baromètre du tourisme mondial de l'OMT publié en janvier, le tourisme international devrait stagner ou même diminuer en 2009.

L'Europe, avec une diminution de 3% du nombre d'arrivées internationales depuis le mois de juin, est la seule région dont les résultats ont stagné l'année entière. Les voyages vers l'Asie ont aussi été frappés par une réduction de 3% dans la deuxième partie de 2008 mais après une augmentation de plus de 6% pour la première partie de l'année.

Par ailleurs, l'Amérique avec une augmentation de 1%, l'Afrique de 4%, et le Moyen-Orient de 5%, ont tous connu des résultats positifs pendant la seconde moitié de l'année, même si les augmentations étaient plus faibles par rapport à celles de la période de janvier à juin. Alors que la plupart des voyages vers l'Amérique et l'Europe proviennent de pays qui souffrent d'une récession économique sévère, l'OMT prévoit un déclin dans ces régions de près de 2% pour 2009.³⁴

³³ - Saed Merabet, The 2008 Global Financial Crisis, Roots and Repercussions, une intervention présentée dans le cadre des activités du Forum international sur la « crise financière mondiale ». Et Gouvernance", Université de Sétif, Algérie, les 20 et 21 octobre 2009, p. 13

³⁴ - <https://news.un.org/> publié le 27 janvier 2009 (consulté le 21 avril 2022).

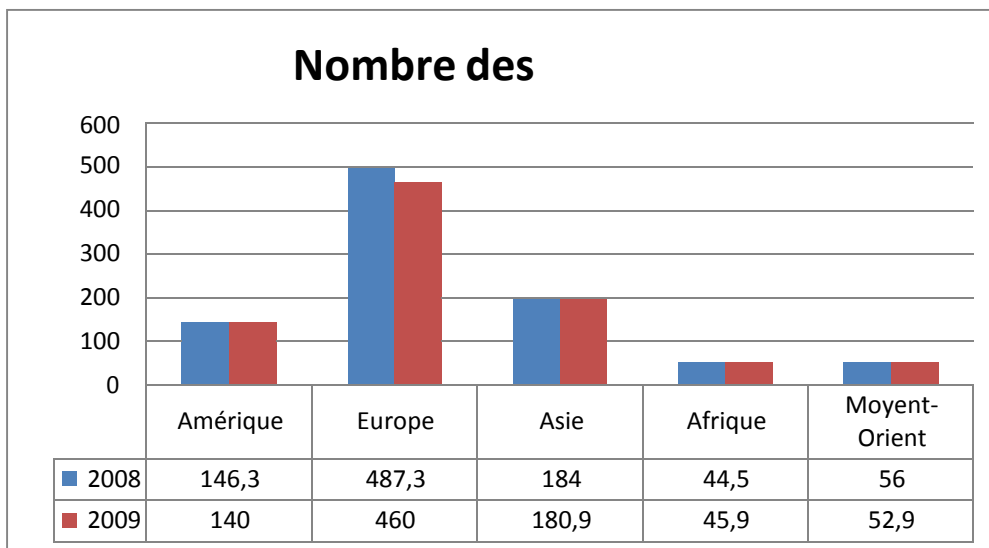


Figure 5 : le nombre des touristes en 2008/2009.

Source : l'organisation mondiale du tourisme.

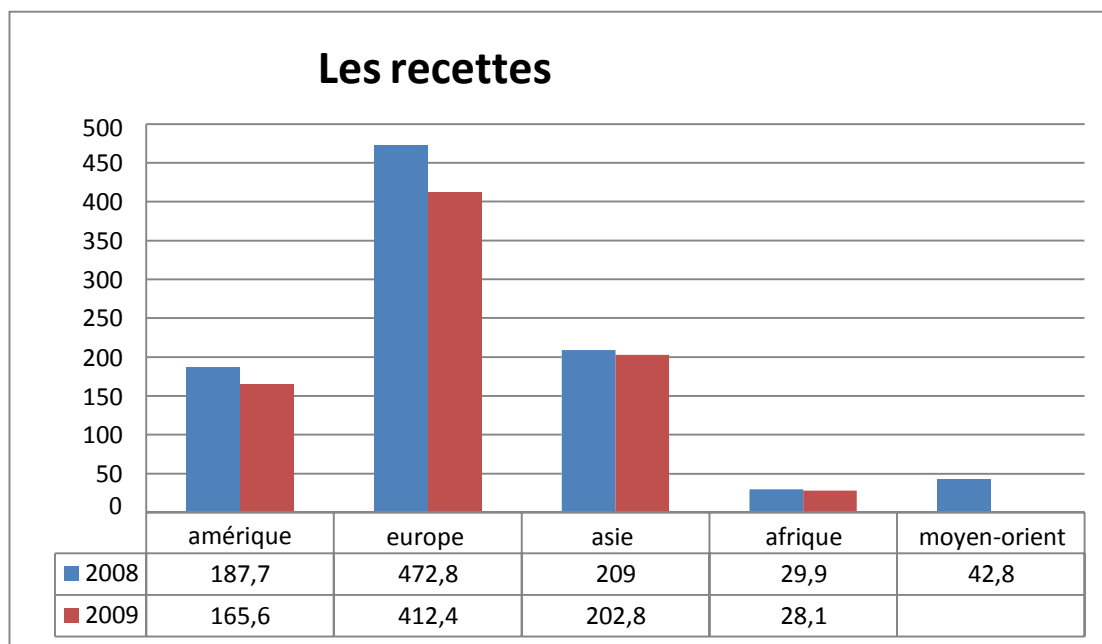


Figure 6 : les recettes touristiques en 2008/2009.

Source : l'OMT.

2.3 L'effet des crises politiques sur le tourisme :**Les attentats de 11 septembre 2001 :**

La stabilité politique est l'une des principales conditions préalables pour attirer le tourisme international vers les destinations touristiques, les manifestations violentes, la guerre civile et les actes terroristes, les violations perçues des droits de l'homme, ou même simplement la menace de telles activités, conduiront les touristes à annuler leurs vacances.

L'origine de la crise :

Les attentats du 11 septembre 2001 sont quatre attentats-suicides islamistes perpétrés le même jour aux États-Unis et provoquant la mort de 2 977 personnes, dans le centre de Manhattan à New York, à Arlington en Virginie et à Shanksville en Pennsylvanie, en moins de deux heures, entre 8 h 14 et 10 h 3.³⁵

L'effet de cette crise sur le tourisme :

Par leur ampleur et le choc qu'ils ont représenté aux États-Unis mais aussi dans le reste du monde, les attentats du 11 septembre 2001 ont eu un impact durable sur le secteur du tourisme. La baisse du taux d'occupation des hôtels aux États-Unis s'est produite immédiatement après le 11 septembre et s'est poursuivies de manière significative au cours des cinq mois suivants, le taux d'occupation est l'indicateur qui a connu la plus forte baisse après les attentats, entraînant une baisse des revenus.

Selon les données de l'OMT : Le tourisme international a enregistré une baisse de 0,5 % en 2001 et une hausse de 3,1 % en 2002. Ces données optimistes – pour l'année 2002 en particulier – cachent certains problèmes auxquels l'industrie du tourisme fait face. Selon le Bureau international du travail, « L'industrie du tourisme a vu disparaître 6,6 millions d'emplois dans le monde au cours des deux dernières années, mettant au chômage un salarié du secteur sur douze » (BIT, 2003). La reprise semble se faire assez inégalement selon les grandes régions du monde et les pays.

La croissance du tourisme international demeure globalement négative en 2002 pour l'Amérique du Nord (-0,6 %), mais aussi dans des pays à forte vocation touristique comme le Mexique (-0,1 %) et Cuba (-6,7 %). Parallèlement, la région du Maghreb, fortement dépendante de l'Europe sur le plan économique en général et touristique en particulier, a connu une baisse généralisée. La Tunisie (-6 %) et le Maroc (-2,7 %), malgré leurs bonnes relations – économiques et politiques – avec l'Occident, ont souffert de la crainte généralisée des déplacements en avion, particulièrement vers ou

³⁵ - https://fr.wikipedia.org/wiki/Attentats_du_11_septembre_2001

via les pays arabes. La reprise observée en 2002 semble donc fragile dans la mesure où la deuxième guerre du Golfe et les menaces terroristes agissent négativement sur une situation économique internationale déjà forte perturbée.³⁶

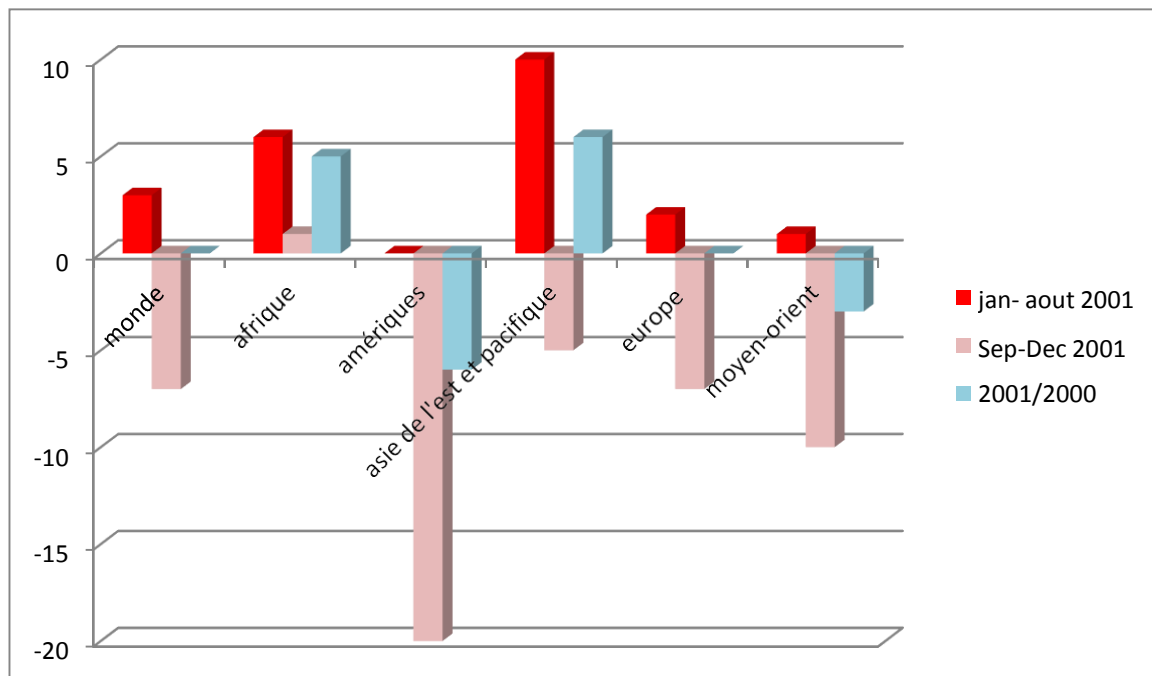


Figure 7 : arrivées des touristes internationaux.

Source : L'OMT(2003).

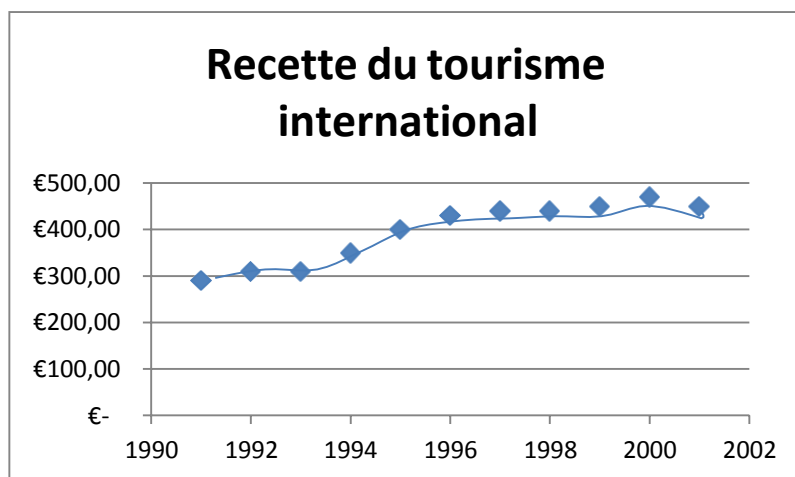


Figure 8 : les recettes de tourisme international.

Source : L'OMT (2003).

³⁶ - Jean Stafford and Bruno Sarrasin ; L'après-guerre en Irak : les effets sur le tourisme international ; 22-1-2003 p. 62-64 <https://journals.openedition.org/teoros/1842#tocfrom1n2> consulté le 10/9/2022.

L'effet des crises sanitaires sur le tourisme :**La pandémie de coronavirus (COVID-19) :**

Le monde connaît actuellement sa pire crise économique. Mais contrairement aux crises antérieures, elle n'est pas induite par des raisons économiques. Bien qu'il ait eu au cours de ces dernières années, des signes de ralentissement de l'économie au niveau mondial. L'apparition et la propagation du SARS-COV 2, ou COVID19, fut la cause d'une pandémie mondiale sans précédent dans l'histoire moderne. Les mesures prises par les différents pays en vue d'endiguer cette menace aboutiront à la crise économique ayant actuellement cours. Aux vues de la spécificité de cette dernière.

L'origine de la crise :

Par définition, la maladie à coronavirus 2019, dont le nom scientifique est la Covid-19 (acronyme anglais de coronavirus disease 2019), est une maladie infectieuse émergente qui est causée par une souche de coronavirus appelée SARS-CoV-2 et appartient ainsi à une grande famille de virus, les coronavirus. Ces derniers, qui doivent leur nom à la forme de couronne qu'ont les protéines qui les enrobent, font partie d'une vaste famille de virus dont certains infectent différents animaux, d'autres l'homme. Ils sont susceptibles d'être à l'origine d'un large éventail de maladies. Chez l'homme, ces maladies vont du rhume banal à une infection pulmonaire sévère – parfois, il n'existe aucun signe de maladie, mais bien souvent ce virus peut aussi bien prendre la forme d'un simple rhume qu'une grave infection respiratoire de type pneumonie – responsable d'une détresse respiratoire aiguë à même d'occasionner le décès du patient avec un taux de mortalité très fortement dépendant de son âge. Ses symptômes les plus fréquents sont la fièvre, la toux et la gêne respiratoire.³⁷

La maladie est apparue au dernier trimestre de l'année 2019 à Wuhan, en Chine Centrale, avec des cas inhabituels de pneumopathie en progression. Au premier trimestre de l'année 2020, au regard de sa forte propagation dans le monde, la covid-19 est requalifiée en pandémie par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS). Selon **Kibala Kuma**. (2020), le rythme de propagation de cette pandémie dans le monde et dans le temps est typique à une fonction exponentielle et devrait attirer l'attention des autorités dans le monde sur le temps imparti pour l'éradiquer et éviter le pire. La Covid-19 est contagieuse avec transmission interhumaine via des gouttelettes respiratoires, surtout lorsque les gens toussent ou éternuent, ou via un contact manuel avec une surface contaminée suivi d'un toucher de la main sur le visage. Son diagnostic repose surtout sur un test RT-PCR et/ou sur les images pulmonaires faites au CT-Scan.

³⁷ - https://fr.wikipedia.org/wiki/Maladie_%C3%A0_coronavirus_2019

La période d'incubation se situe généralement entre deux et quatorze jours, avec une moyenne de cinq jours. La contagiosité disparaît lorsque l'excrétion du virus disparaît de la gorge. À la fin mars 2020, il n'y a pas de traitement ni de vaccin connus contre cette maladie. Souvent organisées, les recherches s'intensifient sur ces sujets. En termes de prévention, le lavage très fréquent des mains, la limitation des contacts interhumains (distanciation sociale, mesures-barrières, confinement), ainsi que le port d'un masque médical par les personnes atteintes permettent de limiter le taux de reproduction du virus et donc de faciliter la gestion de la crise par les services de santé.³⁸

Effet de cette crise sur le tourisme mondial :

Le tourisme est l'un des secteurs les plus touchés par la pandémie de COVID-19, qui a des répercussions sur les économies, les moyens de subsistance, les services publics et les opportunités sur l'ensemble des continents. Si le maintien des moyens de subsistance qui reposent sur l'activité touristique doit être une priorité, il convient également de saisir l'opportunité de la reconstruction du secteur pour le transformer, en mettant l'accent sur l'optimisation des retombées de l'activité touristique sur les destinations visitées ainsi que sur le renforcement de la capacité de résilience des communautés et des entreprises grâce à l'innovation, à la numérisation, à la durabilité et aux partenariats.

La pandémie et les efforts déployés à l'échelle mondiale pour l'endiguer pourraient entraîner une diminution de 45 à 70 pour cent des recettes issues du tourisme international. Le secteur du tourisme national n'est pas épargné alors que l'on estime à environ 50 pour cent la part de la population mondiale touchée par des mesures de confinement.³⁹

Les hôtels, restaurants, voyagistes, compagnies aériennes et navires de croisière ont suspendu leurs activités pour une durée indéterminée. Dans les sous-secteurs de l'hôtellerie et de la restauration, 51 millions d'entreprises sont confrontées à un climat économique extraordinairement difficile qui pèse fortement sur les opportunités d'emploi. La chute vertigineuse de l'activité économique se traduit pour les travailleurs du secteur touristique, caractérisée par une forte intensité de main-d'œuvre, par des réductions drastiques du temps de travail, des pertes d'emploi potentielles et des défis croissants en matière de travail décent.⁴⁰

38 - Cette partie est tirée sur : Ibanda K.P. (2020, pp. 1-2).

39- OCDE, «Tackling coronavirus (Covid-19) – Tourism Policy Responses», mis à jour le 15 avril 2020.

40- Observatoire de l'OIT : le COVID-19 et le monde du travail. 3e édition, 29 avril 2020.

On a maintenant une image claire du lourd bilan des pertes causées par le COVID-19 au niveau du tourisme international d'après les chiffres de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT)

D'après la dernière édition en date du Baromètre OMT du tourisme mondial, le confinement pratiquement total imposé en réponse à la pandémie a entraîné une chute de 98 % du nombre de touristes internationaux en mai par rapport à l'année 2019. Le Baromètre montre également une baisse de 56 %, d'une année sur l'autre, des arrivées de touristes au cours de la période allant de janvier à mai. Cela se traduit par une chute de 300 millions de touristes et 320 milliards d'USD de pertes en termes de recettes du tourisme international – c'est plus du triple des pertes au niveau des recettes du tourisme international enregistrées pendant la crise économique mondiale de 2009.⁴¹

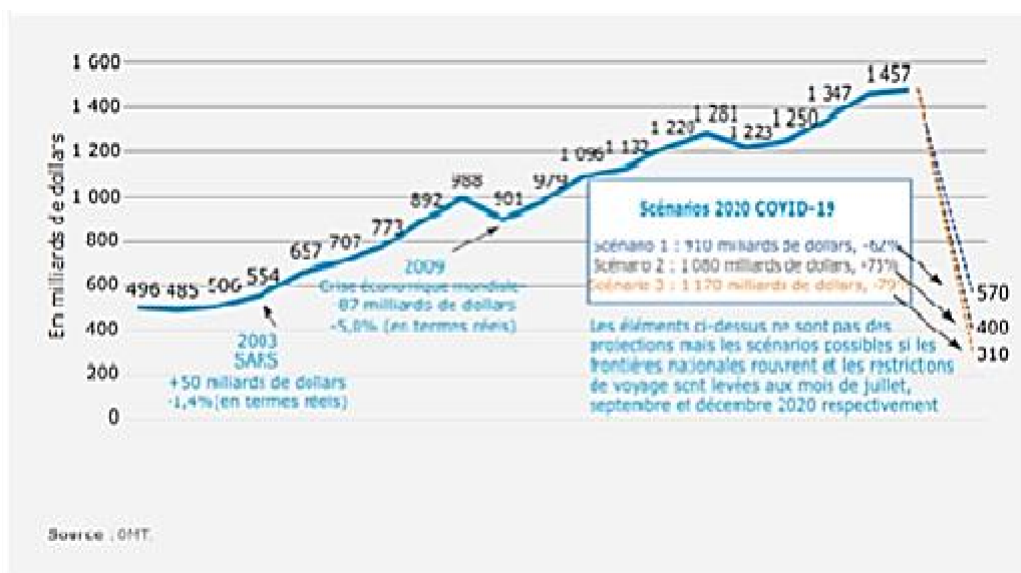


Figure 9 : recettes du tourisme international (exportations) de 2000 à 2019 et scénario possible en 2020.

Source : l'OMT (2020).

⁴¹- <https://www.unwto.org/fr/news/l'impact-de-la-covid-19-sur-le-tourisme-mondial-apparait-dans-toute-son-ampleur-alors-que-lomt-chiffre-le-cout-du-blocage> Publié : le 28/07/2020.

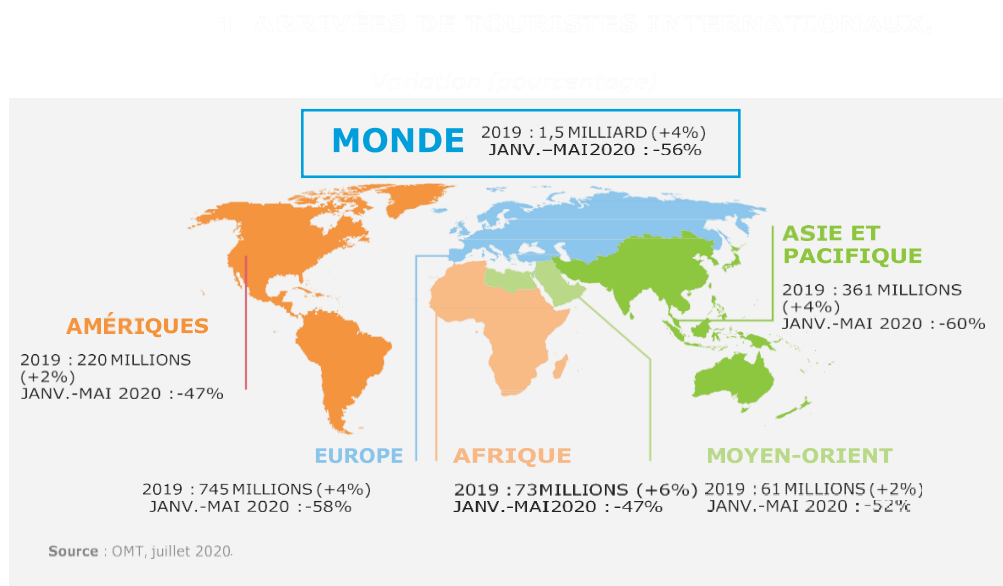


Figure 10 : arrivées des touristes internationaux, Janvier –Mai 2020.

Source : l'OMT (2020).

Conclusion :

Le phénomène du tourisme est devenu une industrie importante dans les économies de nombreux pays en raison de sa contribution à la fourniture de revenus entre devises fortes, créations d'emplois directs et indirects et développement des services publics, le produit touristique est un produit composite de nombreux services et son développement entraîne le développement de ces services et la reprise du reste des autres secteurs économiques.

Sachant qu'il s'agit d'un secteur sensible et touché par diverses crises mondiales. De nombreux pays ont fait du processus de développement du tourisme l'une des priorités les plus importantes de leurs politiques de développement afin de construire une industrie distinguée.

Chapitre II : « le tourisme local en Algérie »

Introduction

Vu l'importance du tourisme dans le développement économique et social d'un pays ; l'Algérie possède un potentiel touristique énorme qui peut donner naissance à une industrie touristique étendue et prospère, l'Algérie est mise en valeur par ses cotes littorales, ses montagnes, ses plaines, ses forêts, et ses hauts plateaux voir aussi par son désert. Elle regroupe les richesses historiques et archéologiques qui méritent d'être découvertes, ses atouts lui permettent de devenir une destination primordiale du tourisme littoral, de tourisme vert ou encore du tourisme culturel et historique.

Autrement, le tourisme pour l'Algérie n'est plus un choix mais plus tôt une réelle opportunité, elle devrait donner plus de considération à ce secteur tout en s'inspirant des expériences des pays voisins et tirant partie de leurs succès et cependant de leurs échecs

Section01 : La situation du tourisme en Algérie et son potentiel touristique.**La situation du tourisme de 1870 à nos jours :****Le tourisme en Algérie de 1870 à 1962 :**

L'Algérie était colonisée par les Français, et ils en ont fait trois départements en 1848. De 1954 jusqu'en 1962, il y avait la guerre d'indépendance en Algérie. Pendant cette guerre, le tourisme s'est maintenu en Algérie, ce qui est très frappant, parce que normalement, le tourisme s'arrête dans une région en guerre.

Le tourisme et les loisirs ont suscité l'intérêt de quelques historiens en France et dans le monde anglo-saxon. Car loin d'être marginales, ces activités se sont parfaitement intégrées dans le dispositif impérial où elles ont acquis une coloration particulière. Aux joies du voyage, aux plaisirs de la découverte des paysages et des lieux captivants s'ajoutait en effet un élément de propagande. Le tourisme a acquis une connotation propagandiste que l'on retrouve dans les guides, les brochures et la littérature de voyage.⁴²

Selon **Vukonic**, les conséquences des conflits militaires ont des impacts sérieux et négatifs sur le développement du tourisme. Il mentionne aussi que toutes les économies

⁴² - C. Zytnicki et H. Kazdaghli (dir.), Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et imaginaires, Paris, Publication de la SFHOM, 2009

touristiques sont touchées par l'instabilité causée par les conflits.⁴³ Mais cela n'est pas nécessairement le cas pour l'Algérie. Des recherches récentes ont montré que la guerre pourrait aussi attirer des touristes, au lieu de les chasser.

L'émergence de l'activité touristique pendant l'occupation française de l'Algérie remonte à 1897 après J-C lorsque l'occupant a établi le Comité Franco-Algérien d'Hiver, a ainsi pu organiser de nombreux convois touristiques d'Europe vers l'Algérie.

Il a amené de nombreux touristes européens, ce qui a fait penser à l'occupant français à créer des structures de base pour répondre aux besoins des touristes. En 1914, un syndicat du tourisme a été formé dans la ville de Hearn, et en 1916 un syndicat du tourisme a été formé à Constantine.

Les tâches de ces syndicats consistaient à se coordonner pour organiser des voyages touristiques vers l'Algérie. A l'année 1919 après JC, une fédération du tourisme a été constituée, qui regroupe les 20 syndicats de touristes qui existaient à l'époque. En 1928, le prêt hôtelier est créé, chargé de recevoir des prêts aux investisseurs dans le domaine du tourisme. En 1931 après J-C, le Bureau économique algérien a créé l'objectif de l'OFALAC était de développer le tourisme. Le colonisateur a pris conscience de l'importance des ressources et composantes touristiques en Algérie, ce qui lui a fait de ne pas exclure ce secteur.

Du projet de Constantine présenté par Charles de Gaulle en 1958, qui énonçait l'établissement de 17200 il s'agit de fournir un hébergement aux touristes.

L'intérêt de l'occupation pour le tourisme témoigne de l'importance des ressources touristiques que recèle l'Algérie.⁴⁴

Le tourisme algérien de 1962 à nos jours :

L'Algérie a connu trois phases importantes pour le secteur touristique après l'indépendance où le pays avait appris à faire du tourisme :

⁴³ -Vukonic, op. Cit. p. 153.

⁴⁴ - Masterscriptie Karlijn van Eerd ; Le tourisme français vers l'Algérie pendant la guerre d'indépendance algérienne (1954 - 1962) La représentation de la guerre d'indépendance algérienne dans les images de l'Algérie ; Radboud Universiteit Nijmegen, Tourism and Culture ; 30-01-2020

I. La phase de 1962 à 1985 :

A l'indépendance, le secteur touristique en Algérie hérita de capacités de production hôtelière évaluées à 5922 lits, réparties entre le tourisme balnéaire (50%), l'urbain (40%) et le saharien (8%) et autres (2%), dont la gestion était assurée par l'ONAT.

Sous la tutelle du ministère de la jeunesse, des sports et de tourisme. Le patrimoine comprenait l'ensemble des restaurants et bars des grands centres urbains repris par L'Etat

II. Phase 1966 à 1979 :

Une réflexion globale à partir de 1966 a permis l'élaboration d'une première charte du tourisme qui a inscrit le secteur touristique parmi les secteurs économiques du pays. Dans le but d'intégrer le tourisme dans les différents plans nationaux de développement, des études d'évolution concernant principalement l'inventaire des sites furent engagées⁴⁵

III. Phase 1980-1985 :

Cette période est caractérisée notamment par la décision d'accorder la priorité au tourisme interne, ce qui s'est répercuté sur l'ensemble des réalisations, des exploitations et de promotions. Cela dit les capacités en matière d'hôtellerie et de tourisme ne pouvaient naturellement pas répondre ni aux attentes ni aux besoins des nationaux, dès qu'une succession de réalisation a été projetée, ce qui devait permettre de disposer de 1985 à 51 000 lits. Il est possible de tirer de cette phase les enseignements suivants :

- ✓ Les aspects positifs se résument pour l'essentiel du grand travail enregistré au niveau des études touristiques (ENET), crée en 1980, ayant pris en charge, assez rapidement ses missions en respectant les conditions de délai, de qualité de couts.
- ✓ Au plan de la gestion touristique, le mode adopté ne répondait pas aux impératifs des entreprises prestataires de service.
- ✓ Au plan de la promotion et de la commercialisation, le taux d'occupation de la faible compétitivité des produits proposés, due essentiellement à l'insuffisance des moyens promotionnels et à l'absence de l'Algérie sur le marché international. ⁴⁶

⁴⁵ -Mémoire touristiques Algériennes 1962-2018, Said Boukhelifa, p 61

⁴⁶- TAHAR AMINA ; « le tourisme en Algérie » ; université HASSIBA BENBOUALI –CHELEF- le 06/02/2021.

IV. Période de 1985 à 1988 :

Cette période est considérée comme une période de transition vers une autre forme de gestion. Elle a été marquée par les efforts entrepris en vue de déplacer le produit touristique algérien dans les meilleures conditions possibles. Les efforts de l'Etat étaient aussi axés vers la redynamisation des entreprises et l'amélioration de la compétitivité et celles-ci dans le but de positionner le produit touristique algérien international.

Le deuxième fait marquant dans cette phase, concerne les mesures d'encouragement des pouvoirs publics à l'ouverture au capital étranger et à la libéralisation de l'investissement économique privé.

Parmi les aspects négatifs connus durant cette période, il faudrait noter les fréquents changements structurels et l'absence d'une politique touristique adéquate, ont provoqué des réticences de la part des investisseurs potentiels.

Les investisseurs ont été axés sur les installations de type méditerranéen avec la formule village de vacances sur le littoral, complétés par des infrastructures réalisées dans les oasis en vue de favoriser un tourisme de circuit dans le sud.

Le thermalisme figurait pour sa part, en tant que formule la plus traditionnelle du tourisme destiné principalement à la clientèle nationale, en bonne place dans les plans successifs de développement.⁴⁷

V. La période de 1989 à nos jours :

C'est au cours de cette période que les réformes politiques ont introduit de profonds changements dans le système politique et économique algérien.

Sur le plan économique, quatre éléments importants caractérisent ces réformes :

- ✓ L'autonomie des entreprises publiques qui permet à celle-ci d'être régies par la commercialisation et les lois économiques libres des pressions administratives, qui veut dire en d'autres termes la suppression du monopole de l'Etat sur le commerce extérieur.
- ✓ La possibilité offerte au capital étranger et l'investissement en Algérie, soit dans le cadre du partenariat soit sous forme d'investissement direct.

⁴⁷ - BOUDJANI Malika ; Thèse de Doctorat d'Etat Option Sciences Economiques ;
« Le TOURISME EN ALGERIE ETAT DES LIEUX » ; Université d'Oran Es-Sénia ; Décembre 2008.

- ✓ La refonte de l'arsenal des textes juridiques et réglementaires régissant l'investissement économique et le commerce extérieur.
- ✓ Le désengagement de l'Etat en matière d'investissement qui est pris en charge directement par les opérateurs.

Cette période est marquée aussi par :

- ✓ La création de l'office national de tourisme.
- ✓ La création du centre national de la formation en tourisme.

VI. Le schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025 :

Le schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025 est le fruit d'un long travail de recherche, d'enquêtes, d'études, d'expertise et de consultation avec tous les acteurs nationaux et locaux (publics ou privés), il interprète donc une volonté sincère de la part des pouvoirs publics qui jusqu'à maintenant n'accordaient pas l'importance méritée par le tourisme.⁴⁸

Le SDAT est axé sur cinq dynamiques essentielles à savoir :

- ✓ **La valorisation de la destination Algérie** : pour accroître l'attractivité et la compétitivité.
- ✓ **Le développement des pôles et villages touristiques** : par la rationalisation de l'investissement.
- ✓ **Le déploiement d'un plan qualité tourisme** : cette dynamique concerne l'éducation et la formation et la nécessité de les adapter aux besoins du marché national et international et leur intégration aux technologies de l'information et de la communication.
- ✓ **La promotion de la transversalité et de la cohérence dans l'action** : en vue d'une efficacité optimum, les secteurs publics et privés doivent travailler en coopération.
- ✓ **La définition et la mise en œuvre d'un plan de financement** : qui se doit d'être opérationnel afin de susciter l'intérêt des investisseurs nationaux et internationaux d'une part, et de soutenir les activités touristiques d'une autre part.⁴⁹

⁴⁸ - Le schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025 ; Volume 6 ; page 2-11 ; le 01/12/2011.

⁴⁹ - <https://www.mta.gov.dz/le-schema-directeur-damenagement-touristique-2030/?lang=fr>

Ces dynamiques constituent la voie pour atteindre les objectifs tracés par l'Etat, entre autre :

- ✓ Faire du tourisme un moteur de la croissance économique.
- ✓ Impulser par un effet d'entraînement, les autres secteurs économiques.
- ✓ Combiner la promotion du tourisme et l'environnement.
- ✓ Valoriser le patrimoine naturel, culturel et historique.
- ✓ Améliorer durablement l'image de l'Algérie.

Une série de projet va être lancée en vue d'accueillir le nombre de touristes attendu en 2025 (20 millions), la réalisation de ces projets doit se poursuivre sur la base des plans d'action définis en trois horizons, à court terme 2009, à moyen terme 2015 et à long terme 2025.⁵⁰

Etude comparative du secteur touristique (Algérie, Tunisie, Maroc) :

Le tourisme est considéré comme l'une des activités économiques les plus importantes pour les pays méditerranéens. Grâce à leurs position géographique au cœur des trois continents, ces pays attirent plus de 30 % des arrivées touristiques internationales ce qui génère des emplois et des recettes.⁵¹

L'Algérie fait partie du bassin méditerranéen mais elle n'a pas réussi à développer le secteur touristique avec un nombre très bas de touristes étrangers et à bien se classer par rapport aux destinations concurrentes comme le Maroc, la Tunisie

Nous avons choisi ces deux destinations car ils ont le même potentiel touristique que notre pays ce qui crée de la concurrence entre eux ; d'un autre côté se sont les destinations préférés des algériens avant COVID-19.

A. Le Maroc :

Selon l'OMT le Maroc a occupé la 1^{ère} place des destinations touristiques en Afrique de 2017 jusqu'à 2019 ; et en 2020 elle a été classé comme étant la 79^{ème} sur 180 pays.⁵²

⁵⁰ - Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme ; « SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" » ; Livre 4 La mise en œuvre du SDAT 2025 : Le plan opérationnel ; Janvier 2008.

⁵¹ - Sophia Antipolis ; Programme d'activités 2009-2012 Tourisme et développement durable en Méditerranée ; Juin 2012.

⁵² -<https://www.visa-algerie.com> ; publié le 16 février 2020.

La plateforme loisirs « ORCHESRA » pour l'OCHO touristique affirme que le Maroc a été classer la 6^{ème} sur 20 pays les plus choisis comme destination touristique en février 2022 avec une hausse de 6% par rapport à 2019. ⁵³

Le secteur touristique occupe une place importante dans l'économie marocaine. Une analyse du rapport annuel de la Banque centrale du Maroc publiée en 2004 montre que sa part est trois fois supérieure à celle des produits de la mer, du textile ou de l'agriculture. Ainsi, un des secteurs les plus importants pour ce qui est de la croissance économique, des devises, des investissements et de la création d'emplois se révèle être le tourisme. En effet, en 2003, selon ce même rapport, le tourisme a représenté 6,9 % du PIB, créé 600 000 emplois directs, généré 5,9 milliards de dirhams de flux d'investissement, avec une capacité de 97 000 lits classés. Tout cela explique cette étroite corrélation qu'on suppose souvent entre tourisme et développement. ⁵⁴

Le secteur du tourisme au Maroc représente généralement 12% du PIB et génère environ 138 milliards de dirhams (quelque 14,18 milliards de dollars) de recettes par an, dont 80 milliards (8,22 milliards de dollars) en devises, selon M. Bentahar. ⁵⁵

Le tourisme a toujours été l'une des locomotives économiques du Maroc ainsi qu'une source essentielle de devises pour le pays. L'immense richesse de ses paysages naturels, sans oublier son patrimoine historique et culturel unique, font du Royaume une destination de choix pour tous les voyageurs. ⁵⁶

Le secteur du tourisme au Maroc constitue un moteur de croissance car il accélère le développement économique et social et il affecte plusieurs secteurs liés de façon directe ou indirecte à l'activité touristique. Il occupe une place de choix dans la structure économique et financière.

B. La Tunisie :

La position géographique de la Tunisie au sud du bassin méditerranéen, avec 1 300 kilomètres de côtes en grande partie sablonneuses, un climat méditerranéen chaud à l'été et doux

⁵³ - <https://www.lechotouristique.com/article/barometre-orchestra-lecho-le-top-20-des-destinations-en-fevrier-2022>

⁵⁴ - Fatima Arib ; Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ? 24-1 | 2005 ; Maroc ; p. 37-41.

⁵⁵ - <https://www.aps.dz/monde>. Le 23/03/2022.

⁵⁶ - NAJIB AKESBI ; Tourisme Après la crise, la nécessaire mutation ; Numéro 1047 ; 15 mai - 15 juin 2022 ; www.cfcim.org

à l'hiver, un patrimoine civilisationnel très riche. Cela fait Le tourisme en Tunisie est l'un des secteurs importants de l'économie de la Tunisie et une source de devises pour le pays.⁵⁷

La Tunisie a eu la 82^{ème} classe sur 180 pays en 2020.⁵⁸ Le rapport de la plateforme loisirs « ORCHESRA » pour l'OCHO touristique affirme que la Tunisie a été classée la 5^{ème} sur 20 pays les plus choisis comme destination touristique en février 2022.⁵⁹

La destination Tunisie constitue une véritable concurrence pour l'Algérie en terme de tourisme externe pour les touristes étrangers et du tourisme domestique car elle absorbe plus d'un 1.000.000 d'Algériens chaque été en raison de la proximité géographique, de la facilité d'entrée et des bons rapports qualité/prix.

L'activité touristique en Tunisie contribue à environ 14% du PIB (environ 16 milliards de dinars en 2019), ce qui contribue à couvrir le déficit de la balance commerciale de 21%, et fournit environ 400 mille emplois directs et indirects (environ 12% de la population active du pays). Le secteur fournit aussi des revenus importants en devise, estimés à environ 6 milliards de dinars au cours de l'année 2019.⁶⁰

Malgré le développement significatif de l'activité touristique à travers les différentes politiques économiques qui ont été adoptées, cela ne peut pas masquer certaines difficultés soulevées en examinant la réalité du secteur, car l'industrie du tourisme en Tunisie n'est pas durable, car la destination tunisienne n'attire seulement que 0,53% du total des touristes dans le monde et cette activité ne fournit que 0,2% du total des revenus touristiques au niveau mondial.⁶¹

C. L'Algérie

La destination Algérie avec toutes potentialités naturelles, culturelles et historiques ainsi que la stratégie mise en œuvre pour développer le tourisme ; a été classé comme étant le 103^{ème} pays sur 180 du monde selon le classement 2020 établi par le comparateur Insurly. Avec un solde de 51.9 sur 100.⁶²

⁵⁷ - https://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_en_Tunisie

⁵⁸-<https://www.visa-algerie.com> ; publié le 16/02/2020.

⁵⁹ - <https://www.lechotouristique.com> mars 2022.

⁶⁰- Ministère du Tourisme ; Rapport Annuel De Performance 2020 "Mission Tourisme " ; Avril 2021.

⁶¹- Ministère du Tourisme ; Rapport Annuel De Performance 2020 "Mission Tourisme " ; Avril 2021.

⁶² -<https://www.visa-algerie.com/> ; publié le 16/02/2020.

Toutes les données statistiques (arrivées des touristes, recettes touristiques, balance touristique, part du tourisme dans le PIB) observées dans le domaine du tourisme en Algérie montrent clairement que comparativement à ses voisins maghrébins l'Algérie n'a pu enregistrer que des résultats économiques médiocres freinant d'autant l'attractivité des investissements nationaux et étrangers dans le secteur. Ce panorama du tourisme algérien est schématisé dans les tableaux suivants⁶³ :

Tableau3 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB en Algérie (1987 à 2012) (en %).

<i>Année</i>	1995	1999	2001	2003	2004	2005	2006
<i>Tourisme/ PIB en %</i>	1.56	1.62	1.6	1.7	1.8	1.7	1.02
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
	1.07	2.05	2.3	2.3	2.4	2.4	

Source : S.D.A. T du M.A.T.E.T

A partir de 2006, cette part augmente mais reste tout de même insignifiante, même au plus fort des crises connues par ces pays. En 2018, le Conseil mondial du tourisme et des voyages évalue la contribution du tourisme au PIB national de l'Algérie à 6,6 % du PIB (l'équivalent de 13 milliards de dollars).⁶⁴

⁶³-BOUDJANI Malika ; DJAMANE- SEGUENI Nadja ; LE TOURISME EN ALGERIE. ELEMENTS CRITIQUES POUR UNE POLITIQUE FUTURE DE TOURISME DURABLE ; Université –Oran-page 14.

⁶⁴ - BOUDJANI Malika ; DJAMANE- SEGUENI Nadja ; LE TOURISME EN ALGERIE. ELEMENTS CRITIQUES POUR UNE POLITIQUE FUTURE DE TOURISME DURABLE ; Université –Oran-page 15.

Tableau 4 : Evolution de PIB de 2003 à 2011.

Pays	% secteur tourisme/PIB	% POP. ACT. Dans le secteur
ALG	2.4% (2011)	0.02% 200 000 (2007)
TUN	10% (2011)	16.5% 340 000 (2007)
MAR	9.0% (2011)	5.8% 608 000 (2003)

Sources : d'après statistiques F. HATEM, Ouvrage collectif, « La filière tourisme dans les pays de la Méditerranée », ANIMA, Notes et Etudes, N° 17, Juin 2006 ; M.A.T.E.T, www.leblogfinance.com

Tableau 5 : Poids Macro-économique de la filière tourisme.

2005	% X	% Investis. productifs	% PIB Direct	% PIB Indirect	Rang contrit. PIB (sur 174 pays)
Algérie	9.3	5.9	1.8	6.7	147 ^{ème}
Maroc	29.6	13.5	9.5	17.0	42 ^{ème}
Tunisie	20.9	17.0	8.8	17.7	39 ^{ème}

Source : WTTC op. Cité, janvier 2007 Le poids du tourisme au sens strict avoisine à peine 2 % en Algérie et un secteur dont la Balance touristique n'a jamais été bénéficiaire.

Selon les statistiques publiées par World Travel & Tourism Council en partenariat avec OXFORD Economics : l'industrie du tourisme a représenté 5,7% du produit intérieur brut (PIB) de l'Algérie, durant l'année 2019.⁶⁵

Le secteur du tourisme en Algérie a connu une croissance de 5,1% durant l'année 2020, plus élevée que la croissance du PIB réel du pays qui s'est établie à 1.7%. Environ 647600 personnes travaillent dans l'industrie touristique en Algérie, représentant 6% de l'ensemble des emplois.⁶⁶

⁶⁵ -<https://www.visa-algerie.com/les-cinq-premiers-pays-pourvoyeurs-de-touristes-a-lalgerie/> publié le 18 mai 2020 à 15 :18.

⁶⁶- <https://www.visa-algerie.com/les-cinq-premiers-pays-pourvoyeurs-de-touristes-a-lalgerie/> publié le 18 mai 2020 à 15 :18.

1.3.1 Les empêchements de développement du tourisme en Algérie :

L'Algérie est aujourd'hui une destination touristique quasiment vierge qui n'a malheureusement pas été encore suffisamment exploitée contrairement aux autres pays du pourtour méditerranéen. En effet, elle possède un potentiel touristique énorme qui peut donner naissance à une industrie touristique étendue et prospère, mais jusqu'à nos jours le tourisme n'est pas développé dans notre pays et cela revient à des nombreux facteurs ; on cite quelques-uns :

- **Une économie qui se base sur les hydrocarbures :**

Après l'indépendance l'Etat a concentré son économie sur le secteur d'hydrocarbure, qui a affecté dans les années soixante et soixante-dix du XXe siècle, le rythme des investissements étrangers et nationaux dans le pays, en particulier le secteur du tourisme. Les gouvernements ont négligé ce secteur et il n'a pas toute l'attention qui lui revient, comme c'est le cas dans d'autres secteurs productifs comme le secteur industriel.⁶⁷

- **Une mauvaise image pour cette destination après les années 90 :**

Au cours des années 90 du siècle dernier et au début de la première décennie du XXIe siècle, la situation sécuritaire dans le pays a été à l'origine de la diminution du nombre de touristes, mais avec l'amélioration des conditions de sécurité que l'Algérie a connu ces dernières années, par rapport aux pays voisins. Nous n'avons pas assisté à une amélioration du secteur du tourisme ; faute d'une stratégie réelle et claire de la part des autorités pour faire progrès⁶⁸.

⁶⁷Le quotidien d'Oran, Publié le 22 juin 2009, « *Relance du tourisme en Algérie : les raisons d'un retard* ».

⁶⁸ - <https://www.aps.dz/economie/106078-la-relance-du-tourisme-en-tant-que-vecteur-de-creation-de-richesses-un-imperatif-pour-la-nouvelle-algerie>

▪ Le manque des investissements et la volonté politique :

Le manque de volonté politique a affecté négativement le secteur et a accentué sa détérioration, car il n'y a pas d'infrastructures adéquates, et pas d'installations touristiques modernes avec une faible capacité hôtelière et un manque de diversité. Cela s'est reflété dans les compétences humaines, car de nombreuses installations touristiques souffrent d'une pénurie de main-d'œuvre spécialisée dans les branches de services touristiques et les zones touristiques. , et la concentration des installations touristiques dans les principales villes, ce qui conduit à une augmentation de leurs prix, en particulier les hôtels, les restaurants et les cafés.⁶⁹

▪ Un déficit de promotion et des difficultés à obtenir un visa :

En outre, les propriétaires d'agences de tourisme font face à de grands obstacles dans l'exercice de leurs activités, notamment celles liées à l'attraction des touristes étrangers en Algérie et au tourisme dans ce pays, le problème des visas constituant toujours un obstacle pour eux dans les résidences à l'étranger, ce qui a fait planer le spectre de la faillite les menaçait.⁷⁰

Le potentiel touristique en Algérie :

L'Algérie est un pays regorge d'atouts touristiques naturels, historiques et culturels variés. C'est un pays qui offre des potentialités touristiques plus remarquables diversifié, entre les différentes formes du tourisme ; culturel, historique, balnéaire, religieux....

Les dotations touristiques en Algérie :

Les dotations touristiques sont déterminées par l'importance des ressources dont dispose une destination. Elle est pour le but d'expliquer la place d'un pays dans le tourisme international.

Selon François Vellas les dotations factorielles du tourisme international peuvent être réparties en trois catégories principales :

- ✓ Les ressources naturelles ;
- ✓ Les ressources culturelles et du patrimoine historique ;

⁶⁹ - El Watan Economie, du 29 juin au 5 juillet 2009, « *Les autorités algériennes doivent clamer leur soutien au tourisme* ».

⁷⁰ - https://www.lepoint.fr/economie/algerie-mais-pourquoi-le-tourisme-ne-decolle-t-il-pas-28-10-2018-2266709_28.php#11

- ✓ Les ressources en infrastructures touristiques.⁷¹

Les ressources naturelles :

L'Algérie possède des ressources naturelles très importantes qui peuvent lui permettre d'occuper la première place au bassin méditerranéen, elle est classée parmi les 20 plus beaux pays dans le monde, en termes de paysages naturels. Les ressources naturelles composent l'espace touristique (climat, mer, montagne, paysage, lac, rivière...)

La présentation de l'Algérie :

Situé en Afrique du nord dans le Maghreb Arabe, sa capitale Alger ; classé le premier pays le plus vaste de la mer méditerranée et le 11^{ème} pays le plus grand au monde, avec une superficie estimée 2 381 741 kilomètres carré. L'Algérie est bordé au nord-est par la Tunisie, et l'est par la Libye, au sud-ouest par la Mauritanie, le Sahara occidental et à l'ouest par le Maroc. Sa monnaie est le dinar algérien et sa population dépasse les 42 000000 habitants dont près de la moitié a moins de 20 ans.

Cette situation géographique, sa grande superficie et la diversité et la multiplicité de ses paysages naturels et humains ont fait d'elle une destination tout à fait indiquée pour la pratique du tourisme sous ses différentes formes, le balnéaire, le climatique, le thermal et le saharien et ce tout au long de l'année.

Elle a même des **Sites** sont classés au patrimoine mondial de l'UNESCO : château Bani Hammad (1980) Djamilia (1982) Tassili Najjar (1982) Timgad (1982) Tipaza (1982) Plaine du M'Zab (1982) La Kasbah (1992).⁷²

C'est un pays aux quatre saisons au quotidien, qui se dessine sous une multitude de formes et de reliefs : mer, montagne, désert.... Son relief est composé d'un ensemble de chaînes côtières du Tell, une suite de plateaux et hautes plaines, une bande montagneuse, Atlas Tellien et Saharien et la région du Sahara avec ses massifs montagneux d'une beauté exceptionnelle.

Le potentiel naturel :

-L'Atlas Tellien : est un massif montagneux qui s'étend du sud-ouest au nord-est et qui forme un ensemble complexe de massif, plaines et vallées. La chaîne de montagnes constituée des monts Tlemcen, Ouarsenis, Titteri, Djurjura, Babor, Bibans et Chréa s'égrène d'ouest en est

⁷¹- François Vellas ; « Tourisme et économie internationale » ; Volume 8, numéro 2, juillet 1989 ;

<https://www.erudit.org/fr/revues/teoros/1989-v8-n2-teoros06271/1080327ar.pdf>

⁷² - <https://www.mta.gov.dz/>

jusqu'à la Tunisie. En contrebas, les plaines du tell se succèdent en bande de terres discontinues et invariablement étroites. Elles constituent, avec les vallées fertiles de la Mitidja au centre, du Chélif à l'ouest et du Seybousse à l'est, la majorité des terres agricoles du pays.

- **L'Atlas Saharien** : il sépare nettement la région des hauts plateaux du grand sud désertique. C'est la partie méridionale du massif de l'Atlas. Il se déploie sur 700 Km, de la frontière marocaine au massif des Aurès. De Ouest en Est les monts de ksour du Djebel Amour et d'Oued Naïl aussi du M'Zab et du Hodna, organisent ainsi le deuxième ensemble montagneux du pays.

- **Les plaines et rivages**: il vrai de dire que l'Algérie disposait d'un potentiel foncier énorme illustré par les terres vierges les plus étendues des wilayas a vocation agricole notamment celles des hauts plateaux, voir même les la bande côtière de l'Algérie, grâce à ces terres les plus fertiles que l'idée de la révolution agraire des années 70 est apparue, en définitif ce volume foncier demeure le trésor inestimable de notre pays.⁷³

-**le Sahara** : constitue le désert algérien et couvre environ 85% du territoire soit 2000 Km d'est à l'ouest et 1500 Km du nord au sud. Le Sahara algérien alterne entre paysages volcaniques comme le massif du Hoggar et lunaire comme le Tassili N'Ajjer ainsi que des plaines de pierres appelées regs et plaines de sables appelées les ergs où se trouvent de jolies oasis.

❖ **Climats et environnement** :

Il existe trois types de climat :

Le climat méditerranéen le long de la côte caractérisé pas des hivers humides et doux, plus rudes en altitude, et des étés chauds et secs. Dans les montagnes de l'Atlas Tellien, il n'est pas rare de voir les sommets couverts de neige jusqu'au mois de juin.

Le climat de transition de la bande collinaire et montagneuse du nord, un peu plus continental et modérément pluvieux d'épaisses couches de neige couvrent habituellement les hauts plateaux dont le climat de type continental est marqué, d'une saison à l'autre, par de grands écarts de températures. Elles sont froides en hiver, parfois négatives et caniculaires en été.

Enfin le climat désertique au sud. Le Sahara affiche des températures agréables l'hiver. En été, elles peuvent atteindre des sommets de 40 à 45° C, parfois plus dans l'extrême sud.⁷⁴

⁷³ -<https://www.cityzeum.com/l-atlas-saharien>

⁷⁴ -<https://www.climatsetvoyages.com/climat/algerie>

Le patrimoine culturel, historique et artistique : ⁷⁵

L'Algérie est une terre d'art, d'histoire et de civilisation. C'est un véritable carrefour de rencontre entre les cultures méditerranéenne, musulmane, berbère, africaine et occidentale. C'est un pays qui a connu une variété de cultures et civilisations phénicienne, romaine, vandale, byzantine, arabe, espagnole, ottomane et française. Partout à travers tout le pays, des témoignages attestent de l'extraordinaire richesse de son patrimoine historique.

Les grandes villes algériennes regorgent de trésors historiques, culturels mais aussi de tradition. C'est le cas des villes d'Alger, d'Oran, de Constantine mais aussi de Tlemcen, Djamilia, Timgad, Tipaza ou encore de Tamanrasset. Ces lieux sont l'occasion de découvrir les différentes cultures et traditions algériennes, mais aussi son patrimoine historique et ses monuments ainsi que son artisanat encore très présent.

❖ L'artisanat :

Considéré comme une composante importante de l'identité dans notre pays, creuset de beautés et de multiples talents, l'artisanat algérien à l'instar des artisanats des autres pays, est l'une des richesses incontestables marquant la culture algérienne de toutes ses couleurs arabes, berbères, Mزاب targui, chenoui, et chaoui., une étonnante variété dans les formes, les techniques et les décors. Cette richesse est rehaussée par la modestie des matériaux dont sont constituées les œuvres artisanales.⁷⁶

La présence de cette vaste gamme artisanale en Algérie est expliquée par la diversité ethnique, déontologique de la société algérienne, voir aussi les multiples lèges des différentes civilisations qui ont chevauché à travers les siècles.

- **Bijoux :** les bijoux algériens sont le fruit de nombreux héritages : romano-byzantin, andalou, arabo-musulman et turc. Les formes sont généralement géométriques et les couleurs sont vives ou très contrastées. C'est le cas du bijou Kabyle, des Aurès et au pays des Touareg où les bijoux sont connus par leurs grande simplicité et leur élégance.
- **Broderie et costumes :** chaque région d'Algérie brode de façon spécifique. Cet art de la broderie reste très vivace en Algérie surtout lors des mariages. En effet, la femme algéroise est toujours élégante avec son caftan et Karakou, des costumes sur lesquels sont brodés des arabesques d'inspiration turque, arabo ou andalous. A Constantine on trouve le velours de couleur rouge et noir brodé à l'aide de fils dorés ou argenté, tandis

⁷⁵ -thèse de doctorat ; Mlle HAROUAT FATIMA ZOHRA ; « comment promouvoir le tourisme en Algérie » ; université ABOU BEKR BELKAID Tlemcen ; 2011-2012 ; pages 116/117.

⁷⁶ -<https://www.mta.gov.dz>

qu'à Annaba ce sont les motifs floraux qui dominent. Quant au costume Kabyle traditionnel, il est toujours beau et prédominant avec sa couleur orange.

- **Tissages** : il existe encore en Algérie quelques femmes qui possèdent leur propre métier à tisser qu'elles utilisent pour confectionner des tapis, des couvertures décorées, des burnous... le tissage est le reflet des richesses et des diversités culturelles d'Algérie. Les représentations varient d'une région à l'autre entre forme géométriques (Kabylie, Aurès), animales (Souk Ahras), motifs floraux... A Ghardaïa, ville aux tissages réputés, les poils de chameaux rendent le tapis imperméable.
- **Vannerie** : c'est un ensemble d'objets utiles dans la vie quotidienne, tel que des paniers, couffins, corbeilles. En effet, la vannerie est l'art de tresser des fibres végétales (les matériaux) pour réaliser des objets très variés.
- **Poterie** : l'artisanat rural en Algérie est marqué spécialement par la poterie. Cette activité est riche en symbole racontant des histoires et marquant des époques ancestrales. En effet, La poterie algérienne est extrêmement riche. Avec ses formes variées et ses décorations élégantes, elle constitue l'un des symboles du patrimoine artisanal de l'Algérie. Cette poterie plonge ses racines dans les temps les plus reculés.

En ocre rouge ou couleur terre, la poterie utilitaire ou décorative est ornée de motifs primitifs simples en Kabylie et dans les Aurès, elle est d'inspiration romaine à Tipaza, et celle d'Adrar dans le sud est de couleur noire recouverte de dessins surprenants.

Aujourd'hui elle se trouve menacée dans de nombreuses régions.

- **Dinanderie** : les artistes dinandiers existent en Algérie depuis le moyen âge. Ils travaillent le cuivre pour faire des objets utilitaires, tels des plateaux, théières.... Hérités des Andalous et des Ottomans, cet art, transmis de père en fils, tend à disparaître. Il subsiste cependant, dans quelques villes comme Tlemcen, Alger et Constantine.

Section 02 : Etats des lieux.

États des lieux de l'activité touristique en Algérie :

L'Algérie est considérée comme un pays continent grâce à sa position géographique, la diversité de son climat et de ses reliefs ainsi que les colonisations et occupations qu'a connues son histoire. L'Algérie est classée parmi les 20 plus beaux pays dans le monde, en terme de paysages naturels, mais cela n'a pas empêché ses classements médiocres en matière d'attractivité de touristes, à la fois en Afrique et dans le monde. Nous nous appuyons ici sur les

données du dernier rapport du Forum Economique Mondial, pour montrer la place occupée par l'Algérie, en matière de compétitivité touristique.

En effet, en matière de compétitivité touristique, l'Algérie est classée à la 116ème place sur un ensemble de 140 pays selon le rapport WEF2019 (118ème sur 138 en 2017). Ce classement est établi selon un ensemble de critères qui sont essentiellement : la sécurité, la santé, l'hygiène, l'ouverture sur l'étranger, la valorisation des ressources naturelles, l'environnement durable, les ressources culturelles, le marketing touristique, le niveau des prix, les ressources humaines qualifiées, les infrastructures routières et aéroportuaires, les services touristiques, la compétitivité des prix...

États des lieux avant la crise de Covid-19 :

La Grèce, le Maroc et la Turquie sont les destinations les plus prisées en période estivale pour les algériens. Il reste que, généralement, l'endroit le plus convoité par les estivants est bel et bien la Tunisie. Ce pays a, indéniablement, gagné le cœur des touristes algériens qui, depuis des années, le préfèrent à d'autres pays pour y passer leurs vacances.

Le nombre de touristes algériens qui choisissent cette destination pour leurs vacances ne cesse d'augmenter, passant de 811.000 estivants en 2015 à 914.000 en 2017 et 930.000 en 2018. En 2019, sur 1,6 million d'Algériens qui se sont rendus à l'étranger, 57% ont choisi la Tunisie. C'est une croissance à deux chiffres enregistrée à fin 2019, soit +1,6% par rapport à l'année 2017. Les Algériens se rendent en Tunisie individuellement ou en famille (composée de six personnes en moyenne et dont les dépenses sont estimées entre 2000 et 2500 euros). La durée d'un séjour moyen est de 10 à 15 jours.⁷⁷

États des lieux pendant la pandémie :⁷⁸

Le tourisme est un secteur économique important dans de nombreux pays, et le choc brutal et immense que la pandémie de COVID-19 a provoqué dans ce secteur se fait sentir dans le reste de l'économie. Pour contenir la propagation du virus, les pays du monde entier ont adopté des mesures sans précédent.

⁷⁷ - <https://www.mta.gov.dz/>

⁷⁸ - <https://covid-19.sciensano.be>

Le secteur du tourisme est le plus touché par cette crise sanitaire qui devient une crise financière mondiale. Vu la décroissance de marché touristique mondial. Cette chute vertigineuse est due aussi au confinement instauré en monde. Face à l'épidémie de coronavirus, les gouvernements ont suspendu les voyages organisés et déconseillé à ses ressortissants de partir à l'étranger.

Face à cette crise sanitaire et le développement des cas touchant le pays, le Gouvernement algérien a pris progressivement une série de mesures générales visant à contenir la diffusion du virus. Ces mesures ont fait l'objet de deux textes principaux :

- ✓ Décret exécutif n° 20-69 du 21 mars 2020 relatif aux mesures de prévention et de lutte contre la propagation du Coronavirus (Covid-19) et, dont l'objet est de fixer les mesures de distanciation sociale destinées à prévenir et à lutter contre la propagation du COVID-19 ;
- ✓ Décret exécutif n° 20-70 du 24 mars 2020 fixant des mesures complémentaires de prévention et de lutte contre la propagation du Coronavirus (Covid-19) et qui a pour objet la mise en place de dispositifs de confinement, de restriction de circulation, d'encadrement des activités de commerce et d'approvisionnement des citoyens, de règles de distanciation ainsi que les modalités de mobilisation citoyenne dans l'effort national de prévention et de lutte contre la propagation de la pandémie du Covid-19.

Les mesures ainsi mises en place s'organisent autour des restrictions suivantes, étant précisé que les préjudices pouvant en découler pourront faire l'objet de compensations selon des modalités devant être ultérieurement définies.

Ces restrictions s'ajoutent à la fermeture des crèches, des établissements scolaires, universitaires et de formation qui avait été précédemment mise en œuvre.

I. RESTRICTIONS DE DÉPLACEMENT :

Les activités de transport de personnes sont suspendues ce, quelles qu'en soient les modalités :

- services aériens de transport public de passagers sur le réseau domestique ;
- transport routier sur toutes les liaisons (urbaines et suburbaines) ;
- transport ferroviaire de voyageurs ;
- transport guidé (métro, tramway, funiculaires) ;
- transport par taxi collectif ou individuel.

II. RESTRICTIONS D'EXERCICE DES ACTIVITÉS COMMERCIALES :

Sur l'ensemble du territoire algérien, les débits de boissons, les établissements et espaces de loisirs, de divertissement et de spectacle et les restaurants sont fermés sans que ne soit précisé le sort du personnel de ces entreprises.

-les établissements et les secteurs d'activités assurant les services publics de base, notamment en matière d'hygiène publique, d'alimentation en eau, en électricité et gaz et en télécommunication ;

-les agences postales, bancaires et d'assurance

-les établissements de santé privés, y compris les cabinets médicaux, les laboratoires d'analyse et centres d'imagerie médicale ;

-les activités liées aux produits pharmaceutiques et aux dispositifs médicaux ;

-les établissements de distribution de carburant et produits d'énergie ;

-les activités revêtant un caractère vital, y compris les marchés de gros.

Le confinement total s'est poursuivie pour une période pas moins de 5 mois (de février à juillet 2020), il a conduit à l'arrêt total de l'activité touristique, Une chute des flux touristique, des pertes importantes dans les établissements du tourisme (hôtels, agences de voyage et tourisme, parc des loisirs...etc.). Pendant cette période, la plupart de ses entreprises touristiques ont engagé pour aider l'Etat exemple : les hôtels ont offert des chambres gratuitement pour les médecins ; les auberges de jeunesse ont devenu des centres des isolements pour les malades...etc.

États des lieux après levé le confinement total :

En mois de juillet 2020, le confinement total a été élevé pour certaines wilayas. Mais y avait des difficultés pour relancer l'activité touristique et ça revient à plusieurs facteurs. La baisse des pouvoirs d'achats des touristes est la première inquiétude de ce secteur. Les gens ont débrassé leurs argents pour les besoins nécessaires. Ainsi que le confinement a été élevé pour les wilayas de l'est uniquement (Tizi-Ouzou, Bejaia, Skikda, Jijel, El Taraf, Annaba...etc.). La

saison estivale de l'été 2020 a duré pour un mois seulement. Le manque de l'offre et l'augmentation des prix ; fermeture des plages, les lieux de loisirs.⁷⁹

Après la mauvaise période qu'a vie ce secteur. Cette pandémie a devenu une réelle opportunité pour développer le tourisme local en Algérie. Les algériens qui sont empêchés de passer leurs vacances en Tunisie, en Maroc ou en Turquie ; se sont tournés pour une offre locale. Et non seulement pour la saison estivale, mais durant toute l'année. En saisons de l'automne et l'hiver le sud algérien était la première destination choisie par les touristes algériens ; surtout Taghit (wilaya de Béchar) ; Djanet (wilaya de Tamanrasset), Ghardaïa. Le tourisme dans ces destinations a vu une augmentation. Pendant l'été de 2021 et avec la fermeture des frontières ; les wilayas balnéaires du pays ont eu une hausse de demande par les touristes algériens, le taux d'occupation dans les établissements d'hébergements (hôtels, résidences, location chez l'habitant ...etc.), était à 100%.⁸⁰

La saison estivale de 2022 a confirmé cette stratégie ; après l'ouverture des frontières avec la Tunisie le 04 juillet de cette année. Les algériens ont choisi de passer leurs vacances dans leurs pays. La demande sur la Tunisie a été baissée de 50% par rapport à l'année 2019 de 1 millions algériens à 500000 seulement qui ont choisi cette destination cet été. Par contre la demande sur les zones touristiques locales a été doublé sur tout pendant la saison estivale qui a été duré plus de 3 mois.⁸¹

Le tourisme à Tizi-Ouzou :

La région de Tizi-Ouzou dispose d'un potentiel touristique indéniable. Cette situation s'est traduite au niveau local par une faible mobilisation du patrimoine culturel comme ressource touristique, c'est le cas de la région de Tizi-Ouzou qui recèle un patrimoine culturel riche mais qui est peu valorisé. Ce patrimoine est un véritable atout pour cette wilaya, il constitue une ressource spécifique sur laquelle elle pourrait fonder son développement touristique local.

⁷⁹- entretien le 03/03/2022 avec Mr SALEMI le directeur de la direction du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.

⁸⁰ - Safia AYACHE, « dans le sud de l'Algérie, la pandémie covid-19 a encouragé le tourisme local » ; journal le Monde Afrique ; publié le 01/02/2022 à 13h50.

⁸¹ -<https://www.mta.gov.dz>

Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi- Ouzou se situe au nord centre de pays. Elle est limitée par l'est de la capitale à 100 kilomètres et à 80 kilomètres de l'aéroport international d'Alger. Au nord une ouverture sur la mer méditerranée par 70 Kms de côte, la wilaya de Bouira au sud, la wilaya de Boumerdes à l'ouest et la wilaya de Béjaïa à l'est. Elle s'étend sur une superficie dominée par des ensembles montagneux un potentiel agricole.

Tizi-Ouzou présente un territoire morcelé, est caractérisée par :

- Un territoire montagneux à plus de 80% de sa superficie
- Un poids démographique important : 1 165 170hab. soit 394 habitant / km²
- Une population fortement rurale : 656 583 hab. soit 56% de la population totale.

A l'issue du dernier découpage administratif de 1984, la wilaya de Tizi-Ouzou compte 21 daïras qui regroupent un total de 67 communes occupées par 1 300 000 habitants, dont 70% en milieu rural constitué de près de 1500 villages.

Si l'Etat a consenti d'énormes efforts pour rapprocher l'administration des administrés avec la création de 29 nouvelles communes au dernier découpage administratif de 1984, il n'en demeure pas moins que la gestion et le suivi de 67 communes devient une lourde tâche pour pouvoir répondre aux besoins socio-économiques des populations de plus en plus exigeantes.

Il est utile de souligner que la wilaya de Tizi-Ouzou compte actuellement le plus grand nombre de communes à l'échelle nationale.

Tizi-Ouzou, chef-lieu de la wilaya, est situé à mi-chemin entre la méditerranée et les hauts sommets de Djurdjura, sa position géographique : à 40 Km de la mer et à 50 Km de la montagne, fait de cette capitale la plaque tournante de la Kabylie.

Le toponyme de Tizi-Ouzou (Tizi n wezzu, en Kabyle) peut être traduit en français par « Col du Genêt », c'est en effet à l'abondance de cet arbrisseau épineux à fleurs jaunes, sur le col et les environs que la ville doit son nom.



Figure 11 : Situation géographique et administrative de la wilaya de Tizi Ouzou.

Source : direction du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Le potentiel naturel et touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi-Ouzou 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. La wilaya dispose également d’un riche patrimoine archéologique et elle est réputée pour la diversité, l’originalité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers.

Le potentiel naturel :

I. Le relief :

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 :

- 1) Le littoral méditerranéen avec ses plages et ses espaces tout à fait vierges.
- 2) La chaîne côtière et son prolongement oriental par le massif de Yakouren.
- 3) Le massif central, bien délimité à l’ouest, se situe entre l’oued Sebaou et la dépression de Dràa-El-Mizan Ouadhias.
- 4) Le Djurdjura, souvent synonyme de Kabylie, n’occupe en fait qu’une partie restreinte de la wilaya dans sa partie méridionale.
- 5) 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.

II. Le climat de la wilaya :

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 micros 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 ...⁸²

III. Les sites naturels de la wilaya :

La potentialité naturelle la plus importante de la wilaya est sans conteste l'imposante et majestueuse chaîne du Djurdjura, qui culmine à 2.308m, véritable bastion naturel, citadelle imprenable défiant le temps et les hommes réceptacle de toutes les légendes et contes et chargé naturellement de la préservation des atouts et des richesses de la région.

On notera entre autres dans ce massif montagneux les sites suivants : Tala-Guilef, le Lalla-Khedidja, le lac d'Agoulmime, le gouffre du Bousouil, ainsi que la grotte du Machabee et le pic de Azrou N'Thour tous intégrés au Parc National du Djurdjura. Ce site peut à lui seul constituer une destination touristique. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si l'étude des zones de montagne et du massif du Djurdjura inclut la totalité de la wilaya dans l'aire géographique et socio-économique de ce massif.⁸³

Cette wilaya dispose d'une façade maritime de 85 Km linéaires, soit 7% de la côte algérienne et couvre cinq (05) communes, à savoir : Tigzirt, Mizrana, Iflissen, Azeffoun et Aït Chaffâa avec une superficie totale de 372.3 km², dont 103.33 km² constitue le domaine littoral de la wilaya. La limite naturelle du littoral de Tizi-Ouzou est :

- ✓ Côté Ouest : Wilaya de Boumerdes (Oued Tazibt)
- ✓ Côté Est : Wilaya de Bejaïa (lieu-dit Ighzer Massen)

Les villes côtières de la wilaya sont Tigzirt et Azeffoun (chef-lieu de

⁸² -<https://fr.climate-data.org/afrique/algerie/tizi-ouzou-1129/>

⁸³- Wilaya de Tizi-Ouzou rapport présenté par la direction du tourisme. Conseil de wilaya, 17-02-09, page 75.

Daïras et communes).

L'espace forestier de la wilaya englobe une superficie de 112.180 ha, avec entre autres les forêts de Yakouren, de Beni Gherbi, et de Mizrana, qui regorgent d'arbres, de plantes et de fleurs, qui jouent un rôle essentiel dans l'équilibre écologique. Cette biodiversité constitue aussi un des atouts touristiques de la région.

Dans les forêts de Tizi-Ouzou, on peut observer une flore abondante et diversifiée : en effet, l'espèce dominante est chêne-liège (*Quercus Suber*) et le chêne Zéen (*Quercus Pomel*), ainsi que le pin maritime, le pin d'Alep et le cyprès. Alors que parmi les espèces principales du sous-bois et du maquis, on peut citer : le genêt épineux, l'aubépine, l'olivier sauvage, le caroubier, le frêne, le ciste, le lentisque et le myrte.

Les potentialités culturelles et historiques :

Site archéologiques et monument historiques :

La wilaya de Tizi-Ouzou renferme une multitude de sites historiques, archéologiques à vocation touristique, elle compte des sites touristiques importants ;

- ❖ 59 sites touristiques naturels ;
- ❖ 77 sites archéologiques et historiques.

I. Site archéologique de Tizirt :

Les Ruines de la période antique, classé patrimoine national (J.O n°07 du 23/01/1968), situé dans la Commune de Tizirt, Daïra de Tizirt.

II. Taksebt :

« Taksebt Des anciens bâtis à caractère architectural traditionnel, il se situe dans la commune d'Agouni Gueghran -Daïra de Ouadhias. Ou Soumaa n'Tkesesbth » : Site archéologique classé patrimoine national (J.O n°07 du 23/01/1968) et situé dans la commune d'Iflissen -Daïra de Tizirt.

III. Vieux Azeffoun :

Ville antique comportant des thermes, des citernes, porte nord de la ville, traces de tours de surveillance, des structures, traces de nécropole, classée patrimoine national (J O n°07 du 23/01/1968), située dans la Commune d'Azeffoun-Daïra d'Azeffoun.

IV. Village traditionnel kabyle d’Ath El Kaid :

Des anciens bâtis à caractère architectural traditionnel, il se situe dans la commune d’Agouni Gueghran -Daïra de Ouadhias.

V. Allées couvertes d’Ath R’Houna :

Monuments funéraires mégalithiques de la période protohistorique située dans la Commune d’ Azeffoun-Daira d’ Azeffoun, elles sont en instance de classement.

VI. Village historique Ighil Imoula :

Site historique marquant le mouvement national et la guerre de libération nationale, situé dans la commune d’Agouni Gueghran -Daïra de Ouadhias, il est en instance de classement.

VII. Zaouia Sidi M’Hamed Ben Abderrahmane:

Monument cultuel (lieu de culte et de vénération), situé au village Baali dans la commune Bounouh -Daïra de Boghni, il est proposé au classement sur la liste du patrimoine culturel national.

VIII. Abris sous roche Ifri N’dlel à Ifigha :

Site de peintures rupestres et inscriptions libyques de la période protohistorique situé au village d’Aourir dans la commune d’Ifigha –Daira d’Azazga. Son dossier de classement en cours de réalisation.

Les manifestations culturelles :

Les festivals et fêtes qui marquent chaque année le calendrier culturel de la wilaya, avec une variété de genres et de thèmes atteignant un public très diversifié (festivaliers, élus locaux, personnalités culturelles, touristes,).

A. Fêtes locales :**I. Fête de bijou d’Ath-yenni :**

La fête du bijou est une forme d’invitation du public à découvrir et apprécier le véritable bijou d’argent. L’objet bijou en lui-même est très intéressant puisqu’il a un fort contenu symbolique (motifs, couleurs). Cette fête est un espace de jonction entre l’art et la culture, Elle se déroule au mois d’août.

III. Fête de la figue au village Lamsella –Illoula :

Elle est désormais devenue une tradition et un rendez-vous incontournable, les paysans producteurs de figue, se distingue par une programmation riche et variée axée sur la valorisation de ce produit de terroir. Elle se déroule au mois de septembre. En 2019, elle a fêté sa 12^{ème} édition.

IV. Fête de la cerise à Larbaa nath Irathen :

Cette fête se veut une occasion pour valoriser cette espèce de fruit et surtout attirer l'attention des responsables et des cultivateurs sur la nécessité de la protéger et la développer. Cette fête se déroule au mois de juin.

V. Fête du couscous à Frika :

La 4^{ème} édition a lieu en 2014, Frikat s'apprête à devenir un pôle du tourisme culinaire grâce à cette fête qui prend une dimension très importante et accueille chaque année un grand public, cette fête se déroule au mois de mai.

VI. La fête de l'olivier à Ath zaim- Maatkas

La cinquième édition de la fête de l'olivier a été organisée par le village Ath Zaim et l'association culturelle Tiguejdit et placée sous le slogan « **l'olivier entre identité et développement durable de la filière oléicole** », les organisateurs ont souligné la nécessité de préserver et de développer le patrimoine oléicole local, par l'initiation d'opérations de rajeunissement des oliveraies et de reconstitution des vergers détruits par les incendies, cette fête se déroule au mois de mars.

VII. La fête de la figue de barbarie à Sahel-Bouzuene :

La quatrième édition de la fête de la figue de barbarie organisée au village de sahel, Cette manifestation vise à préserver les coutumes et les traditions, promouvoir la culture de la figue de barbarie, cette fête se déroule au mois d'août.

B). Festivals et événements culturels :**I. Festival de la Poterie à Maatkas :**

La poterie de Maatkas, cet héritage de nos ancêtres, témoigne de onze (11) éditions comme fête nationale et dix (10) éditions comme festival culturel local, faisant de cette région un pôle de tourisme culturel, il se déroule au mois de Juin.

II. Festival du Tapis à Ath Hichem :

Le tapis d'Aït Hichem est connu et apprécié bien au-delà des frontières nationales, notamment avec son institutionnalisation en festival culturel local en 2010. Le Festival du tapis d'Aït Hichem est un point de rencontre qui vise la perpétuation du tissage et sa sauvegarde, il se déroule au mois d'août.

III. Festival de la robe kabyle à Illoula-Oumalou :

Il est organisé dans le but de promouvoir la couture de la robe kabyle et de sauvegarder ce patrimoine qui représente une partie de notre identité. Cette fête patrimoniale constitue un levier économique susceptible de créer de la richesse et des emplois au profit de la population villageoise, il se déroule au mois d'août.

IV. Festival de la poésie amazigh :

Le festival de la poésie amazigh en hommage aux poètes Youcef Oukaci et Si Mohand Oumhand a fêté en 2019 sa 17^{ème} édition, se déroule au mois d'août.

V. Festival livre en fête :

Cette manifestation culturelle est destinée à la promotion de la lecture publique, en suscitant l'intérêt des enfants pour l'acte de lire, par le biais de l'organisation d'une panoplie d'activités ludiques et récréatives, joignant l'utile à l'agréable, a fêté en 2015 sa 6^{ème} édition au mois de mars.

C). Les potentialités artisanales :⁸⁴

L'artisanat avec son originalité, son cachet authentique et ses produits aussi riches que variés, est un atout supplémentaire qui joue un rôle majeur dans la création de richesses et de l'emploi et la fixation des populations dans le milieu rural, en effet on compte plus 10181 artisans activant dans les trois domaines d'activité à savoir ; l'artisanat traditionnel, l'artisanat de production de biens et l'artisanat de production de services. « Parmi les métiers artisanaux les plus répondus dans la wilaya on citera la bijouterie, la poterie, le tissage, la broderie et la vannerie qui contribue indéniablement au développement et la promotion du tourisme de la wilaya ».

I. La Poterie :

Considéré comme l'activité la plus authentique de la Kabylie. Cet art typiquement féminin est exécuté à la main et incorpore des dessins et des symboles décoratifs. Ath-Kheir,

⁸⁴- Document fourni par la direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Mâatkas, Ouadhias et Boghni sont les localités où ce travail a connu une évolution et un essor remarquable.

II. La Vannerie :

La vannerie est un artisanat qui comme toute autre activité, s'inscrit dans la tradition industrielle de la région. Contrairement aux autres régions du monde, où l'osier est une plante propice et foisonnante pour cette industrie, en Kabylie, les rameaux d'oléastre et le roseau sont des matériaux idéaux pour la vannerie. Les fibres d'autres végétations s'y ajoutent pour en sortir avec un résultat étonnant. Des couffins, des paniers et d'autres objets de la vie quotidienne y sont confectionnés.

III. La bijouterie :

La bijouterie kabyle est par contre un métier d'homme. La forme du bijou fabriqué par des artisans spécialisés est classique et d'un beau caractère. Ce sont des bijoux d'argent enrichis d'émaux cloisonnés et de cabochons de corail.

Les productions artisanales sont issues des Ath-Yanni, une région très prolifique en bijouterie.

Les villages de cette contrée (Taourirt Mimoun, Ait-Larbaâ, Ait-Lahcène, Agouni Ahmed, Thaourirt-El-Hadjadj, Tigzirt, Thansaout) ont excellé dans cet art qui mêle le feu au métal. « A l'origine, les Ath-Yanni excellaient dans la fabrication de fausse monnaie, celle-ci était tellement bien imitée qu'elle faillit mettre en faillite l'économie turque qui était alors organisée en protectorat. Cette technique de lutte alliée à la fabrication d'armes va donner ensuite une maîtrise de la serrurerie, un art qui va s'orienter vers la fabrication de bijoux ».

La popularité et le particularisme de ces productions tiennent de la présence d'émaux de couleurs différentes, bleus, verts et jaunes qui forment un contraste attrayant avec le rouge vif du cabochon en corail qui sertit les pièces.

IV. Le Tissage :

La femme kabyle a toujours exploité les richesses naturelles existantes dans son environnement immédiat en les transformant en œuvres extraordinaires. Le métier à tisser, héritage culturel, demeure une activité très répandue dans la région. Derrière leur métier à tisser, les femmes inventent tout un univers de signes qui traduit leurs vécus.

V. Le travail du bois et l'ébénisterie :

Activité exclusivement masculine, ce travail du bois est intimement lié à l'activité agricole et se caractériserait à l'origine par la production d'araire (charrue en bois) et pressoirs à huile.

Les types de tourisme existent dans la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de nombreuses potentialités touristiques favorables pour le développement du tourisme. La diversité des potentialités touristiques (naturelle, culturelle, historique...) sont des éléments majeurs pour faire du tourisme un véritable levier économique pour la région. Les ressources naturelles (forestières, balnéaires et montagneuses) sont les points forts de la région de Tizi-Ouzou, leurs disponibilités et leurs caractéristiques originelles, donnent une garantie pour développer un tourisme durable garantissant une manne financière importante.

I. Le tourisme balnéaire :

Le littoral est un territoire naturellement touristique puisqu'il offre aux visiteurs un cadre de détente et de loisirs relativement peu cher, permis entre autre par l'exceptionnalité des richesses engendrées par l'interface terre-mer. La fréquentation de ces territoires devient d'en plus intensive, principalement depuis la seconde moitié du XXème siècle. La nage, la pêche, la plongée, le surf ou encore la voile sont autant d'activités qui attirent des millions de touristes chaque année. Le tourisme balnéaire saisonnier a longtemps été le volet où se résume toute l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou.

Le littoral de Tizi-Ouzou est une région qui détient ses propres particularités. Comme la plupart des côtes méditerranéennes, elle dispose de nombreuses richesses et sites naturels. Cette zone côtière présente une morphologie variée. Elle est composée de falaises, de côtes rocheuses, forêts, caps, îlots, dunes et de plages, ce qui donnent naissance à divers écosystèmes (mer, cours d'eau, forêts et montagnes). Cette morphologie donne également à ce territoire des potentialités paysagères exceptionnelles favorisant l'afflux des visiteurs et des vacanciers, notamment durant la saison estivale. Parmi les potentialités touristiques naturelles de la région nous avons :

- ❖ **Les plages :** La wilaya de Tizi-Ouzou recèle 13 plages qui présentent des caractéristiques différentes d'un lieu à un autre, 8 seulement sont autorisées à la baignade.

- ❖ **Les falaises :** Les falaises de Mizrana, d'Iflissen et d'Azeffoun sont à l'état naturel, très abruptes d'une hauteur de 15 à 35 m sur une longueur de 20 km.
- ❖ **Les côtes rocheuses :** Elles revêtent un intérêt écologique, occupent un linéaire de 22% sur le littoral de la wilaya de Tizi Ouzou et sont formées de micaschiste, de calcaire et de craie.
- ❖ **Les îles et les îlots :** L'île de Tizirt constitue la plus importante, d'une superficie de 500 m², est considérée également comme un véritable écosystème et une perle de littoral kabyle. Ce site est malheureusement menacé par les visiteurs (en rasant la végétation et en jetant des déchets anarchiquement), ainsi que des travaux d'aménagement illicite d'un phare de balisage maritime.
- ❖ **Les dunes :** Les dunes ne sont pas très étendues sur le littoral de la wilaya de Tizi Ouzou, mais, elles subsistent encore, sous la forme de petits amas ou de cordons dunaires réduits sur certaines plages de la commune d'Aït-Chaffa.
- ❖ **Les Forêts côtières :** La forêt est un élément important pour le développement de l'activité touristique, c'est un lieu privilégié pour le repos et la détente. La forêt de Mizrana est la plus importante dans la région (2416,31 ha).

II. Le tourisme de montagne :

- a) - **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 y a 250 million d'années recèle des sites pittoresques, d'une beauté inégalable, tous le massif mérite l'attention des scientifiques, touristes et sportifs :

- 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 potable.
- des visiteurs pour les curiosités naturelles et culturelles.
- des randonneurs pédestres en toutes saisons pour l'oxygénation et la lubrification des organes du corps.

- b) **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

denses et claires, 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 :

- **La forêt de l'Akfadou** : elle s'étale sur 4632 ha, elle est caractérisée par un 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.

III. Le tourisme culturel :

Une troisième forme de tourisme, peut aussi être développée et compléterait parfaitement les deux formules citées plus haut, il s'agit du tourisme culturel.

L'originalité de la région et ses caractères spécifiques au niveau architectural (villages de Kabylie) et sa production artisanale de très haute facture et d'une authenticité indéniable en font un atout supplémentaire, qui conjugué à la présence des ruines romaines de Tigzirt, Taksebt et Azeffoun, complètent parfaitement la palette des produits touristiques potentiels de la région.⁸⁵

- a. **Village Zoubga** : à près de 70 kilomètres au sud-est de la ville de Tizi-Ouzou, dans la commune d'Illilten, daïra Ifarhounen, on trouve le village zoubga, qui a décroché le prix de la première édition du village le plus propre de Tizi-Ouzou.
- b. **Iguersafene** : situé à 25 km d'Azazga et à 25 km de Tizi-Ouzou. Le village d'Iguersafene est le chef-lieu de la commune d'Idjeur. à 890 m d'altitude et à l'ouest du forêt d'Akfadou, ce village a remporté la 2^{ème} édition (2014), du village le plus propre. Ce village d'Iguersafene a accueilli la 12^{ème} édition du festival Raconte-Art en 2015.

⁸⁵ -<https://www.visa-algerie.com/decouvrez-les-7-villages-les-plus-propres-de-tizi-ouzou/>

- c. Timizart :** ce village de la grande Kabylie qui est situé au nord-est de la wilaya de Tizi-Ouzou. Il a remporté le concours du village le plus propre en 2015.
- d. Boumessaoud :** dans la commune d’Imsohel, entouré d’Iferhounène, d’Ait-yahia et d’Iloula-Oumalou a gagné le prix du village le plus propre de la wilaya de Tizi-Ouzou en 2016.
- e. Tiferdoud :** est situé à Abi youcef, daïra de Ain Elhammam, ce village est perché en 1911 mètre de l’altitude ; et qui a décroché le prix du village le plus propre en 2017. Ce village a accueilli en 2018 la 15^{ème} édition du festival Raconte-Art.
- f. Azemour Oumeriem :** ce village est situé dans la commune de Tirmatine, à 7 km au sud-ouest de Tizi-Ouzou. Il a raflé le prix de village le plus propre en 2018.
- g. Sahel :** est situé dans la commune de Bouzeguene, au sud-est du Tizi-Ouzou ; a remporté le prix de village le plus propre en 2019. Il a accueilli la 16^{ème} édition de festival Raconte-Art en 2019.
- h. Azra :** ce beau village est situé dans la commune de Tizirt, au nord de la wilaya de Tizi-Ouzou. Il a décroché le prix du village le plus propre en 2021.

Ces beaux villages de la wilaya de Tizi Ouzou sont favorables à la pratique du tourisme culturel. Idem pour les activités culturelles (artisanat, visites des monuments et sites historique...), fêtes populaires et religieuses locales, qui peuvent contribuer à l’animation des villages de montagne et attirer des touristes.

IV. Le tourisme religieux :

Le tourisme religieux, aussi appelé tourisme religieux, est la vérité Saisir dans le contexte du tourisme les lieux saints et sa visite. Des touristes de différentes croyances religieuses se produisent dans ces lieux dans le but de Hajj, rassemblements religieux ou divertissements. La plus grande destination du tourisme religieux en Algérie est la wilaya de Tizi Ouzou, qui attire chaque année des musulmans, notamment lors d'occasions religieuses. Cet état a le plus grand nombre de zaouia. Tel que : « Zaouia Abd El rahman Ilouli » à (Iloula-Oumalou) ; « Zaouia de Cheurfa N’Bahloul » à (Azzazga) ; « zaouia Chikh Amokrane » à (Souammaa Maatka) ; « zaouia Sidi-Khaled El Marsa » et « Sidi M’Hand Saadi » à Tizirt...etc.

Conclusion

L'Algérie est riche en potentiels touristiques multiples et intégrés, ce qui la qualifie d'être une destination touristique de premier plan dans le bassin méditerranéen.

Le tourisme intérieur contribue à augmenter les revenus en monnaie nationale, et contribue également à la création d'emplois, mais cette contribution est encore inférieure à la norme Obligatoire. Malheureusement ; Malgré ce potentiel que possède notre pays, les indicateurs touristiques restent loin de la valeur et de l'importance de ces ressources. Ce secteur souffre d'un certain nombre d'obstacles qui entravent sa croissance et son développement.

Les potentialités dont dispose la wilaya de Tizi-Ouzou lui permettent d'avoir plusieurs formes de tourisme (tourisme vert, culturel, balnéaire, de montagne, ...etc.) et donc qui peuvent contribuer à son développement local (emplois, revenu, partenariat, aménagement, ...etc.). Elle est une région qui se distingue par la profondeur de sa culture et de son appartenance à une civilisation ancienne.

**Chapitre III : Etude de cas région -
Tigzirt sur Mer -**

Introduction :

Tizirt a réalisé, au fil des années, de nombreux acquis dans le domaine du tourisme, à la lumière d'indicateurs positifs qui prédisent plus de réalisations dans ce secteur, transformé en une industrie commercialisant une destination devenue localement recherchée dans un marché largement dominé par la concurrence.

Le but de ce chapitre est de présenter les résultats de l'étude qu'on a menée sur le terrain. Elle s'agit des guides d'entretiens directifs avec les propriétaires des établissements de tourisme de la région du Tizirt ; afin de confirmer ou d'infirmer notre problématique de départ, et avoir si le tourisme local est développé pendant cette pandémie.

Section 01 : la présentation de la région du Tizirt sur mer :**La situation géographique :**

A l'époque romaine, Tizirt s'appelait Iomnium, qui veut dire "cité", en langue latine ; île en berbère, est une station balnéaire de la Kabylie maritime. Ville millénaire bâtie par les Romains entre 145 et 147 avant J.C. cette ville est située au nord de la wilaya de Tizi-Ouzou, à 39 km de chef-lieu de la wilaya, 129 km du capital Alger, 25 km de l'est de Dellys et 39 km à l'ouest d'Azeffoun. C'est une ville touristique que des centaines de milliers d'estivants choisissent chaque année pour y passer leurs vacances, dans un environnement à la fois mouvementé et serein. Sa superficie est de 45 km². Elle est limitée au nord par la mer méditerranée, à l'est par la commune d'Iflissen, à l'ouest, par la commune de Mizrana et enfin au sud par les communes de Makouda et de Boudjima.



Figure 12 : situation géographique de Tizirt.

Source : Google maps.

Le potentiel naturel et touristique de Tigzirt :

Cette région est dotée par Dame Nature de paysages pittoresque ; sa richesse est multidimensionnelle. Elle recèle en elle des trésors archéologiques, historiques et ce en plus de sa situation géographique stratégique et de ses paysages fascinants.

1.2.1 Le Littorale :

La région du Tigzirt est ouverte sur la Méditerranée, sur une longueur 6, 875 km. Elle compte 4 plages autorisées à la baignade, Tassalasth, la grande plage, la plage du port, plage de Feraoun avec un sable doré.

I. Plage de Tassalasth :

Elle se situe à 2 kilomètres à l'ouest du centre de la ville de Tigzirt. Sa partie ouest est bordée par un petit maquis, elle est caractérisée par un sable de bonne qualité : la plage Tassalasth est d'une superficie de 30000 m² et d'une capacité d'accueil de 1800000 estivants. Elle mesure 1000 mètres de long. La baignade y est autorisée. Pour y accéder on peut emprunter la N24 et la N72 qui vous mèneront jusqu'aux parkings qui se trouvent de part et d'autre de la plage.



Figure 13 : localisation de plage Tassalasth.

Source : Google maps.

II. La grande plage :

Ou plage de la ville, se trouve à 500 mètres au nord du centre de Tigzirt. Elle est d'une superficie de 20000m², se caractérise par son sable fin de très bonne qualité et elle peut accueillir jusqu'à 2 250 000 estivants. Elle mesure 1000 mètres de long, son sable est fin et de bonne qualité. La plage est très fréquentée en raison de sa proximité des commerces qu'offre la ville. La baignade y est autorisée.



Figure 14 : localisation de la grande plage.

Source : Google maps

III. La plage de Ferraoun :

Elle se trouve à 2700 mètres à l'est du centre-ville de Tigzirt. D'une superficie de 48 000m et une capacité d'accueil de 900 000 estivants. Elle mesure 600 mètres de long, son sable est de mauvaise qualité. Une rivière divise la plage Feraoun en deux parties, la partie Est appartient à la commune d'Iflissen (300 mètres). Elle est peu fréquentée. Pour y accéder on peut emprunter la N24. Des parkings sont mis à la disposition des automobilistes estivants.



Figure 15 : localisation de plage Ferraoun.

Source : Google maps.

Cette région a des autres plages belles rocheuses mais sont interdites à la baignade : Mazer (Mizrana) ; Tiza (El-Azaib) ; Abéchar (Iflissen) ; Zegzou (Iflissen) ; Sidi-Khaled (Iflissen) ; R'Vadh (Iflissen).

Tableau 06 : les plages de la région de Tigzirt.

Plages autorisée à la baignade		Plages interdites	
Plage	Commune	Plage	Commune
Tassalasth	Tigzirt	Abéchar	Iflissen
Grande - plage	Tigzirt	Zegzou	Iflissen
Ferraoun - ouest	Tigzirt	Mazer	Mizrana
Ferraoun- est	Iflissen	Sidi- Khaled	Iflissen
La petite plage	Tigzirt	R'Vadh	Iflissen
		Tiza	Tigzirt

Source : l'office du tourisme à Tigzirt.

L'îlot de Tigzirt :

Cet îlot est appelé en berbère Tigzirt N'daxel ou Tigzirt basse". Certains des vestiges de Tigzirt remontent à deux siècles avant J.C. situé à 150 m environ au Nord - Nord-Ouest du port du Tigzirt. Il s'étend sur une superficie de 3428 m².



Figure 16 : localisation de l'îlot de Tigzirt.

Source : Google maps.

Le port de Tigzirt :

Ce port dispose d'un espace vert doté d'une aire de jeux pour enfants d'une superficie de 2 hectares est réalisé dans la zone réservée à la partie plaisance, ce qui a donné la joie aux résidant et aux visiteurs notamment en saison estivale.

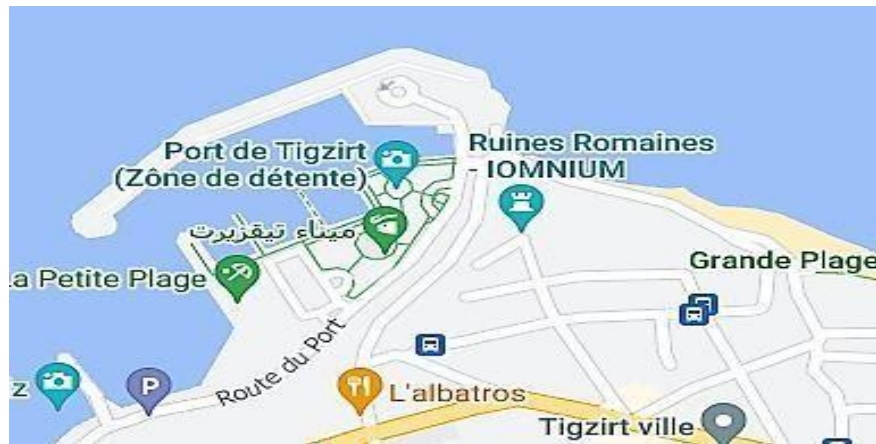


Figure 17 : localisation du port de Tigzirt.

Source : Google maps.

1 .2.4 Les reliefs :

Tigzirt est une zone dotée d'un couvert forestier très important qui est représenté par les forêts de Mizrana. Elle est caractérisée par un relief accidenté recouvert de forêt et plus particulièrement de maquis. Les espaces plats et les plaines sont très limités dans la commune. À cela s'ajoute quelques atouts et infrastructures touristiques comme le nouveau port.



Figure 18 : Localisation de forêt de Mizrana.

Source : Google maps.

1.2.5 Le climat :

Tigzirt se caractérise par son climat. Un hiver froid et humide et un été chaud et sec. Une température agréable qui peut durer parfois 5 mois ce qui constitue un atout pour l'activité touristique. De même, la température de l'eau de mer est souvent dans la saison estivale douce et agréable. Des facteurs climatiques (pluviométrie, température et vent) montrent les conditions favorables au confort et à l'activité touristique.

Le patrimoine historique et culturel :

La région de Tigzirt est une zone historique et très ancienne, son passé remonte à l'époque antique. Elle a connu à travers le temps plusieurs civilisations (phéniciennes, romaines byzantines et françaises) marquées par des traces historiques qui se matérialisent en vestiges témoignant notamment sur le passage des romains comme : le casernement, le temple de génie, le cardo, la place dallée...etc.

I. Le casernement :

Il est de forme rectangulaire, d'en 30 m de longueur, orienté vers l'Ouest Cet édifice atteste du caractère militaire de cette établissement romain en cet endroit. Dans son ensemble, il est composé de plusieurs pièces inégales et contigües, communicantes par des seuils de portes. Les murs de base de ce bâtiment sont faits de moellons qui semblent être arasés aux fondations, laissant apparaître les premières assises.⁸⁶

II. La place dallée :

Cette place prend une forme rectangulaire. Des traces de jeux qui se trouvent dans cette place et de galeries à la colonnade qui occupent trois coté. Elle possède deux entrées symétriques de deux côtés. Cette construction est bien soignée, selon certains chercheurs, elle est attribuée à l'époque de sévères.

III. Le temple du génie :

Selon les données du musée, le temple date le début du 3eme siècle après J.C construit sous le règne de septième Sévère, Ce monument donne une idée sur l'architecture domestique de cette époque. Il est considéré le noyau de cette cité antique, il est composé de

⁸⁶ -direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.

deux salles, orientées vers l'est, il est précédé par deux colonnes et qui donnent accès direct sur le Cardo. Il est construit par des pierres ajustées à la base.

IV. Le Cardo :

Constitue l'axe principal de la ville antique. Il présente un lieu de passage entre le temple de Genie et le casernement orienté du Sud, Sud Est au Nord Nord-Ouest et qui descend vers le nord. Le Cardo présente un dallage très soigné qui bute la place dallée du côté nord.

V. Mausolée de Teksebt (Iflissen) :

C'est un site archéologique situé dans le village de Taksebt à 3 kilomètres du site archéologique de Tizirt, le mausolée est en mauvaise état de conservation et seul sa façade est toujours (partiellement) debout et risque de s'effondrer. Le mausolée de Taksebt qui occupe le sommet d'une colline est resté une énigme et ce, à cause des maigres résultats de recherches et de fouilles effectuées en 1954 puis dix années plus tard. Effectivement, les chercheurs n'ont toujours pas trouvé la ou les salles funéraires ni déterminé l'identité du ou des défunts pour lequel ou lesquels le mausolée a été érigé.

VI. Infrastructures culturelles :

Tizirt possède aussi quelques infrastructures culturelles qui sont limitées ;le centre culturel communal dont la principale activité est la bibliothèque communale, une maison de jeunes transformée en auberge de jeunes, c'est une propriété de la direction de la jeunesse et des sports de la wilaya qui entretient des relations internationales pour l'accueil des jeunes de tous les pays ; une salle de cinéma réhabilité en 2007 d'une capacité de 450 places environs qui constitue un espace très important de communication par le biais de la programmation de toutes les festivités cinématographiques, artistiques, théâtrales et culturelles.

VII. Mosquée Zaouïa Sidi Boubekeur :

Il est situé à Cheurfa de Tizirt, à 2km de la ville de Tizirt ; il s'agit d'une mosquée et une école coranique qui reçoivent des visiteurs et des touristes presque chaque jour. Elle est considérée comme patrimoine culturelle et historique. Cette Zaouïa a été construit depuis 3 siècles, en 1903. Les citoyens de ce village organisent des événements qui représentent les traditions et la culture berbère telle que « lewziaa » et « Timechrat ».

VIII. Zaouia de Sidi-Khaled El Marsa :

Elle est située à près de 7 km à l'est de Tigzirt, dans la commune d'Iflissen. Elle considérée comme patrimoine culturelle et historique ; elle organise des fêtes tel que ; "Teviétha" ou "Assensi. L'avantage de ce lieu c'est qu'il se situe au bord de la mer en plus il offre un hébergement gratuitement pour les touristes avec une capacité de 30 lits. Cette zaouia reçoit plus de 500 000 visiteurs par an ; selon les données de l'office de tourisme à Tigzirt.

IX. Zaouia Sidi-M'Hand Saadi :

C'est une Zaouia et école coranique qui est fondée en 1527 par le savant Sidi-M'Hand Saadi au milieu de verdoyant foret de Mizrana à 13 km de la ville de Tigzirt. Elle reçoit des visiteurs de toutes les régions et organise des fêtes chaque occasion religieuse.

X. Le foncier touristique de la commune de Tigzirt :

La majorité des terrains de la région de Tigzirt revient aux propriétaires privés, une assiette très faible appartenant à l'Etat ; la construction et l'urbanisation anarchique, Raison que la ressource foncière devient de plus en plus rare.

Pour l'investissement touristique, la région de Tigzirt dispose d'une ZEST à son côté Ouest (Tassalasth). Elle s'étend sur une superficie de 168 ha dont 98 % relève de la propriété communale. Ce qui pourra faciliter les transactions ou l'acquisition pour les investisseurs et les entrepreneurs touristiques. Toutefois la surface constructible ou aménageable ne représente que 13 % de la surface totale, soit 22 ha. De plus, ces terrains sont aménagés et viabilisés, depuis ses 2 dernières année les propriétaires privés ont lancé des projets touristiques ; une résidence touristique (Tiza) qui a été ouverte cet été ; un hôtel qui est entrain de construction. Une autre résidence touristique " la petite vague" a été ouverte en juin2022, construit par l'entrepreneur Boussaba au bord de la mer coté Ferraoun ouest.

Les types de tourisme existent dans la région de Tigzirt :

Nous nous intéressons aux tourisms existent dans la région de Tigzirt, pour ce qui est de l'existant, nous avons constaté la présence de trois types de tourisms qui seront développé ici.

I) Le tourisme balnéaire :

Le littoral est le territoire de la région le plus fréquenté par les touristes en période estivale. Tigzirt est devenu une destination très demandée dans le pays.

Sur une cote de 38 km elle renferme La région de Tigzirt, qui offre aux touristes des plages de diverses morphologies pour passer des vacances dans une station balnéaire en bord de Méditerranée. Avec 11 plages dont 5 sont autorisées à la baignade répartie sur deux côtes, côte Est 2 plages qui concerne deux communes Tigzirt et Iflissen côté Ouest par 3 plages au niveau de la commune de Tigzirt. Cependant, le tourisme balnéaire est pratiquement le seul type de créneau exploité.

Tigzirt est une station balnéaire, espace sensible et convoité, le littoral de la région subit diverses pressions et sollicitations. Si tout l'espace qui ceinture la baie de Tigzirt est dominé par le tourisme balnéaire, il doit être clair qu'il est non seulement rare mais incongru que le tourisme balnéaire (ou toute autre forme de tourisme) pur existe. Le balnéaire doit être soutenu et complété par une gamme aussi large que le permettent les conditions naturelles et culturelles de territoire et le génie de l'homme.

II) Le tourisme religieux :

La Kabylie par le patrimoine culturel, religieux et historique qui est définie comme étant un héritage qui préserve les liens Intergénérationnels. Il est le facteur d'identité pour un pays, une région et une communauté.

La région de Tigzirt aussi reçoit chaque année plus d'un million des gens qui viennent pour visiter ces lieux, Zaouia de Sidi-Boubekeur ; Zaouia Sidi-Khaled El Marsa, Zaouia Sidi M'Hand Saadi qui sont marquée comme patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tout cela en encourageant les activités industrielles traditionnelles et le travail familial qui préservent l'identité religieuse et nationale. L'importance de ces sites pour développer le tourisme religieux qui permettra de faire connaître les potentialités de cette région, encourager les investissements touristiques à proximité des sites et monuments religieux et les activités artisanales qui préservent l'identité nationale.

III) Le tourisme de montagne :

Le tourisme de montagne en tant qu'opportunité de développement des zones rurales exige de concevoir une « image à vendre ».

La région de Tigzirt avec son potentiel naturelle, ses forêts et ses beaux villages devient une destination touristique choisissent par les touristes algériens et même les étrangers, qui viennent pour passer leurs séjours dans un village comme Azra et les villages de Iflissen. Le but de ce type de tourisme est la transformation d'un espace en territoire dynamique, conduit donc à la recherche d'une identité à travers la notion de territoire.

Cette notion on la voie aujourd'hui dans les villages de la Kabylie en générale et même les villages de la région de Tigzirt, tel que le village Azra qui a eu le premier titre de village le plus propre. Ce village est désormais sorti de l'anonymat grâce au génie et à la solidarité effective de ses habitant. Il reçoit chaque année des visiteurs et même des touristes qui viennent pour découvrir la culture et la gastronomie berbère.

Section 02 : étude de cas.**Méthodologie :**

Pour apporter des éléments de réponse à notre problématique de départ, nous avons procédé à une enquête de terrain. L'enquête portée sur un échantillon des établissements du tourisme répartir sur la ville de Tigzirt.

On a opté à faire des entretiens avec les propriétaires des établissements de la ville de Tigzirt, et la direction du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou ; pour collecter des résultats de notre recherche qui porte à savoir ce qui se fait avant Covid-19 et pendant. Et de savoir si le tourisme intérieur est développé ou non.

La constitution de l'échantillon et l'établissement des questions :

Notre échantillon d'étude était de l'APC de Tigzirt, l'hôtel Mizrana, les 02 résidences touristiques « Tiza complexe » et « La petite vague » ; l'auberge de jeunesse de Tigzirt ; l'office du tourisme de Tigzirt et la direction de tourisme et l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Nos questions sont destinées aux propriétaires de ces établissements. La méthode d'échantillonnage est aléatoire suivant la disposition des responsables des établissements à répondre à notre enquête.

Sachant que « Le guide d'entretien directive est l'ensemble des questions construit dans le but de générer l'information nécessaire à l'accomplissement des objectifs de l'étude ».

Ce guide d'entretien se compose d'une dizaine des questions ouvertes où on laisse la liberté aux personnes interrogée une certaine liberté pour formuler les réponses.

Les questions posées
1- Quel est votre le domaine d'activité et votre date de création ?
2-Quel était le taux de la demande sur la région de Tigzirt avant cette crise sanitaire ?
3-Avant cette pandémie ; vos clients/touristes étaient-ils de la wilaya de Tizi-Ouzou ?
4-Selon vous ; comment Covid-19 influence sur le secteur de tourisme ?
5-Quels sont les actions engagées par votre établissement face au Covid-19 ?
6-Après cette crise avez-vous enregistré les mêmes dynamiques ?
7-Quel est la période de faible et forte demande ?
8- Quel est le taux de l'augmentation de la demande ?
9- Pendant cette pandémie, vos clients sont de la wilaya de Tizi-Ouzou ?
10- Quel est le type du tourisme le plus demandé à Tigzirt ?
11- Quel sont les conséquences de la crise Covid-19 sur l'activité du tourisme ?
12-Faites- vous des études pour satisfaire vos clients ?

Question 01 : Quel est votre le domaine d'activité et votre date de création ?

Tableau 7 : domaine d'activité et date de création.

Domaine d'activité	effectif	pourcentage	Date de création	effectif	Pourcentage
Hébergement et restauration	4	43 %	Pendant Covid-19	2	28%
Statistiques	3	57%	Avant Covid-19	5	72%
Total	7	100%	Total	7	100%

Source : les données des entretiens directs.

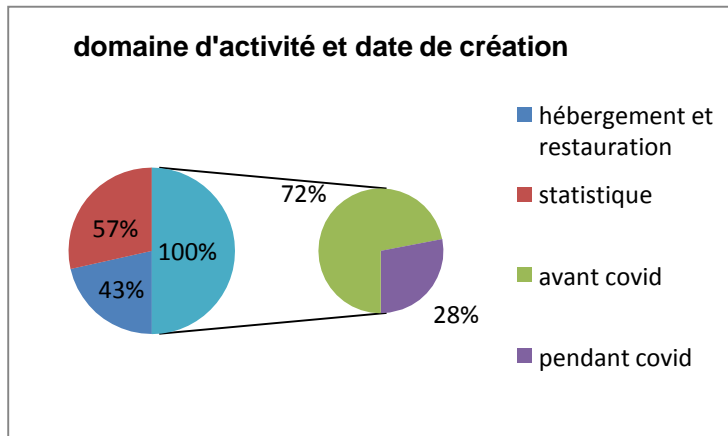


Figure 19 : domaine d'activité et date de création.

Source : fait par nous même à partir de donnés des guides d'entretiens.

A partir les résultats de notre échantillon étudié on constate que 57% des établissements sont si dans le domaine des statistiques par contre on trouve 43% sont dans le domaine d'hébergement et restauration.

Question 02 : Quel était le taux de demande (taux d'occupation pour les établissements du tourisme) sur la région du Tigzirt avant cette crise sanitaire ?

Tableau 08 : la demande sur la destination du Tigzirt.

Moins de 50%	Plus de 50%
-Hôtel Mizrana.	- auberge de jeunesse.
-office du tourisme.	-direction du tourisme.
-APC de Tigzirt.	
60%	40%

Source : les données des guides d'entretiens.

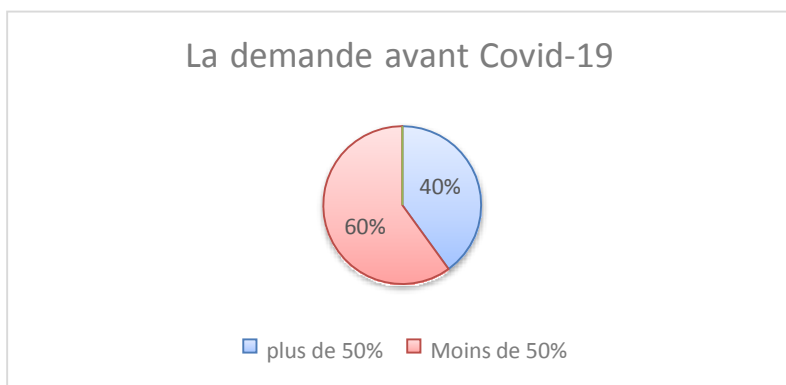


Figure 20 : Le taux de la demande avant la crise.

Source : fait par nous-même.

On constate d’après les résultats de notre recherche que cette destination était moins demandé.

Question 03 : Avant cette pandémie ; vos clients/touristes étaient-ils de la wilaya de Tizi-Ouzou ?

Tableau 09 : les clients/ touristes avant la pandémie

	Effectif	Pourcentage
Tizi-Ouzou	3	60%
Tizi-Ouzou et autres	2	40%
Total	5	100%

Source : données des guides d’entretiens.

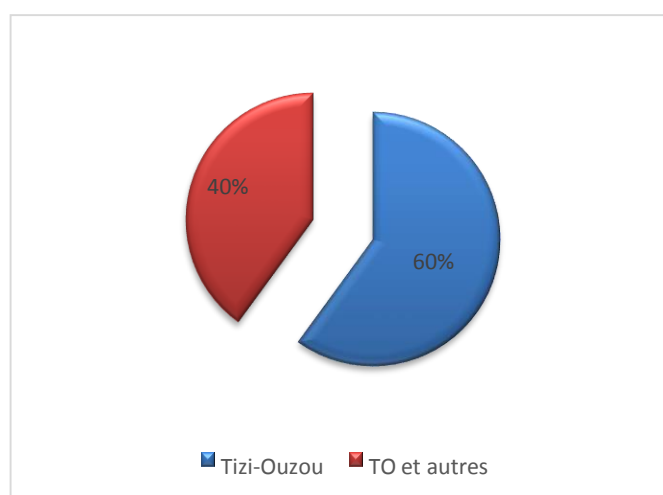


Figure 21 : les touristes avant la pandémie.

Source : établir par nous-mêmes à partir des données du guide d’entretien directif.

D'après les résultats de notre échantillon 60% des clients sont de la Wilaya de Tizi-Ouzou avant la pandémie de Covid-19.

Question 04 : Selon vous ; comment Covid-19 influence sur le secteur de tourisme en Algérie ?

Tableau 10 : L'influence de la pandémie sur le secteur de tourisme en Algérie.

	Effectif	Pourcentage
Développement du tourisme local	6	86%
Baisse de la demande	1	14%
Totale	7	100%

Source : données des guides d'entretiens.

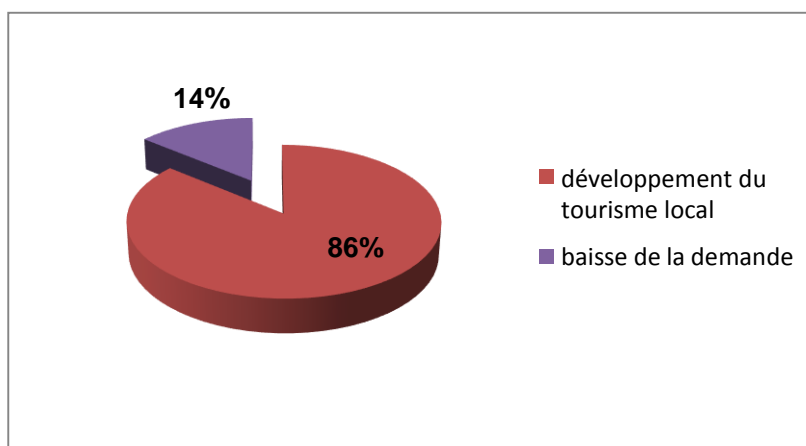


Figure 22 : l'effet de la pandémie sur le secteur du tourisme en Algérie.

Source : fais par nous-mêmes d'après les données des guides d'entretiens.

D'après les résultats de notre échantillon étudié on constate que 86% disent que la pandémie à était influencer pour le développement du tourisme local, tandis que 14% disent que c'est une baisse de demande.

Question 05 : Quels sont les actions engagées par votre établissement face au Covid-19 ?

Tableau 11 : les actions engagées face à cette crise sanitaire.

	Effectif	Pourcentage
Fermeture totale	4	58%
Donne de l'aide au l'Etat	2	28%
Conseils de sécurité	1	14%
Total	7	100%

Source : données des guides d'entretiens.

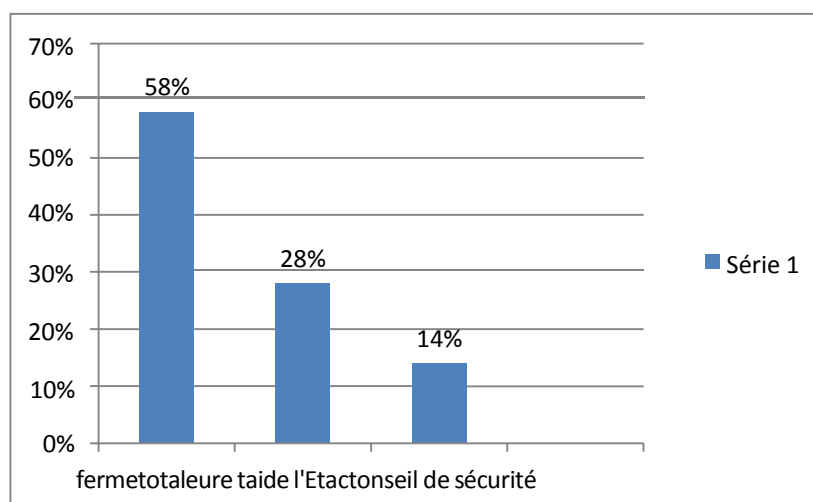


Figure 23 : les actions engagées face à la crise.

Source : données des guides d'entretiens.

D'après notre échantillon étudié on constate que 86% ont engagés à aider l'Etat, et 14% ont fermé totalement.

Question 06 : pendant cette crise avez-vous enregistré les mêmes dynamiques ?

Tableau 12 : la demande pendant cette crise (2021/2022).

	Effectif	Pourcentage
Augmentation de la demande	7	100%
Baisse de la demande	0	0%
Les mêmes dynamiques	0	0%
Total	7	100%

Source : données des guides entretiens.

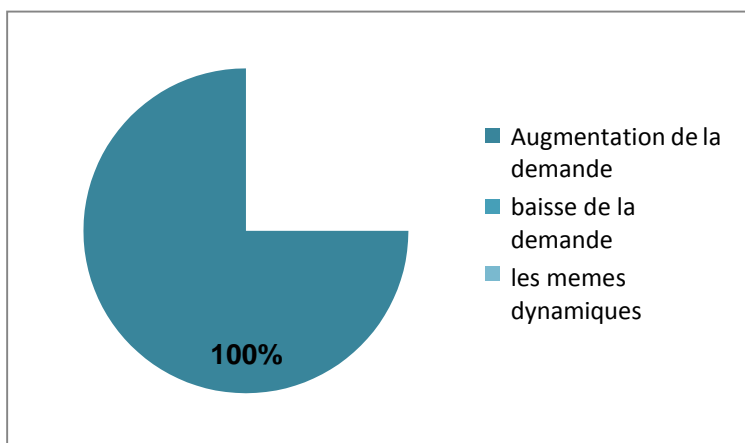


Figure 24 : la demande pendant la crise.

Source : établie par nous- mêmes d’après les données des guides d’entretiens.

On constate que la demande a été augmentée pendant cette crise de covid-19.

Question 07 : Quel est le taux de l’augmentation de la demande et taux d’occupation dans les établissements ?

Tableau 13 : le taux d’occupation dans les établissements.

	Effectif	Pourcentage
Double	6	86%
Resté stable	0	0%
Augmenté de 30%	1	14%
Total	7	100%

Source : données des guides d’entretiens.

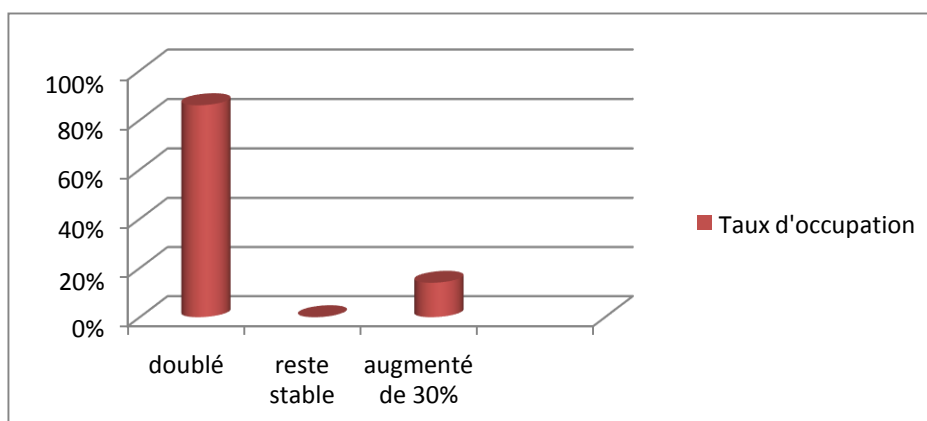


Figure 25 : taux d’augmentation de la demande.

Source : établir par nous-mêmes d’après les données des guides d’entretiens.

On constate que pendant cette pandémie, la demande est doublée.

Question 08 : Quel est la période de faible et forte demande ?

Tableau 14 : la période de forte et faible demande.

	Forte demande		Faible demande	
	Effectif	pourcentage	Effectif	pourcentage
Saison estivale	7	100%	0	0
Pendant l'hiver	0	0	7	100%
Total	7	100%	7	100%

Source : données guides d'entretiens.

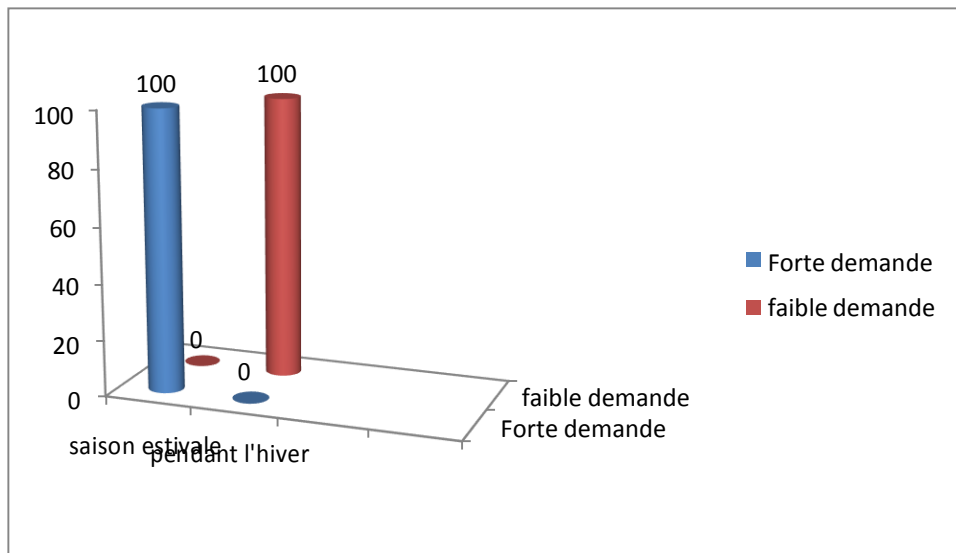


Figure 26 : la période de forte et faible demande.

Source : établir par nous-mêmes d'après les données des guides d'entretiens.

D'après la figure ci-dessus on constate que les périodes de forte demande sont la saison estivale par contre les périodes de faible demande c'est en hiver, selon notre échantillon étudié.

Question 9 : Pendant cette pandémie, vos clients sont de la wilaya de Tizi-Ouzou ?

Tableau 15 : les touristes pendant la crise (2021/2022).

	Effectif	Pourcentage
Tizi-Ouzou	1	14%
Tizi-Ouzou et autres	6	86%
Total	7	100%

Source : les données des guides d'entretiens.

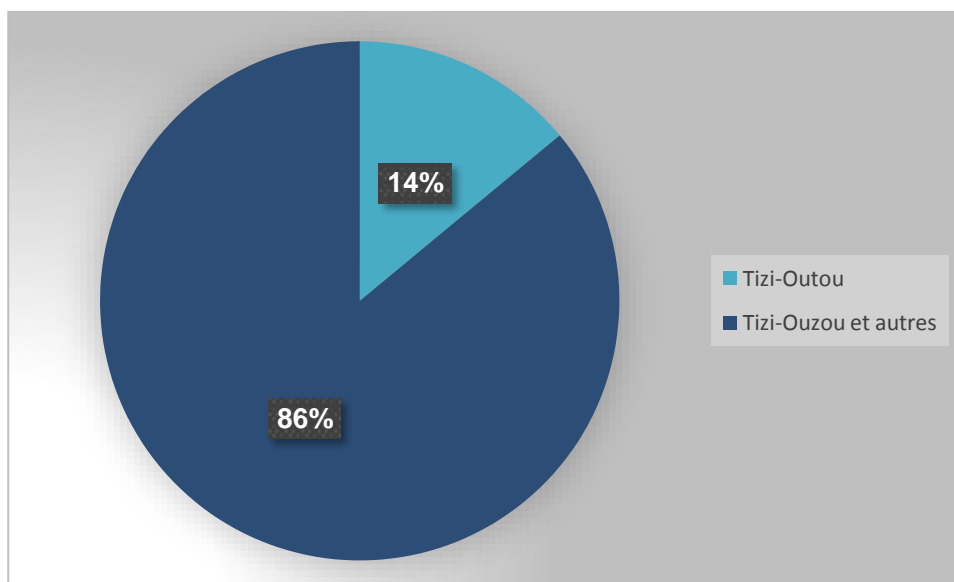


Figure 27 : les touristes pendant cette crise (2021/2022).

Source : établir par nous-mêmes d'après les données des guides d'entretiens.

D'après les résultats de notre recherche on constate que 86% des touristes qui visitaient la région de Tizirt pendant cette pandémie sont des autres wilayas, et selon ses données ont conclu que ses touristes sont venus de toutes les wilayas du pays. Tandis que 14% sont de Tizi-Ouzou.

Question 10 : Quel est le type de tourisme le plus demandé à Tizirt ?

Tableau 16: les types de tourisme les plus demandés selon les saisons.

Saison estivale			Saison d'hiver		
Types	Effectif	Pourcentage	Types	Effectif	Pourcentage
Tourisme balnéaire	6	86%	Tourisme balnéaire	0	0%
Tourisme religieux	0	0%	Tourisme religieux	3	43%
Tourisme de montagne	1	14%	Tourisme de montagne	4	57%
Total	7	100%	Total	7	100%

Source : les données des guides d'entretiens.

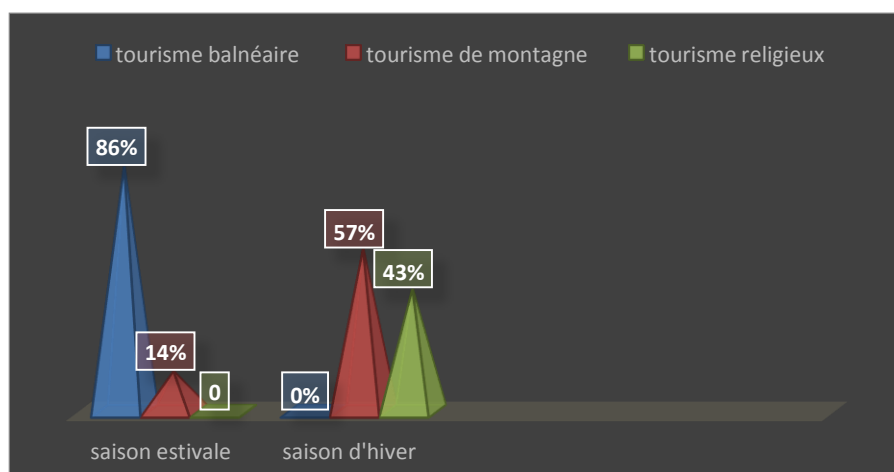


Figure 28 : les types de tourisme demandés selon les saisons.

Source : fait par nous-mêmes selon les données des guides d'entretiens.

Selon ses données, on constate que la demande pour chaque type de tourisme augmente et baisse selon la saison. Le tourisme balnéaire occupe 86% dans la saison estivale et 0% en saison d'hiver.

Question 11 : Quel sont les conséquences de la crise Covid-19 sur l'activité du tourisme ?

Tableau 17 : les conséquences de la crise sur le tourisme.

	Effectif	Pourcentage
Perte d'employés	1	14%
Manque d'activité	1	14%
Encourager le tourisme local	5	72%
total	7	100%

Source : les données des guides d'entretiens.

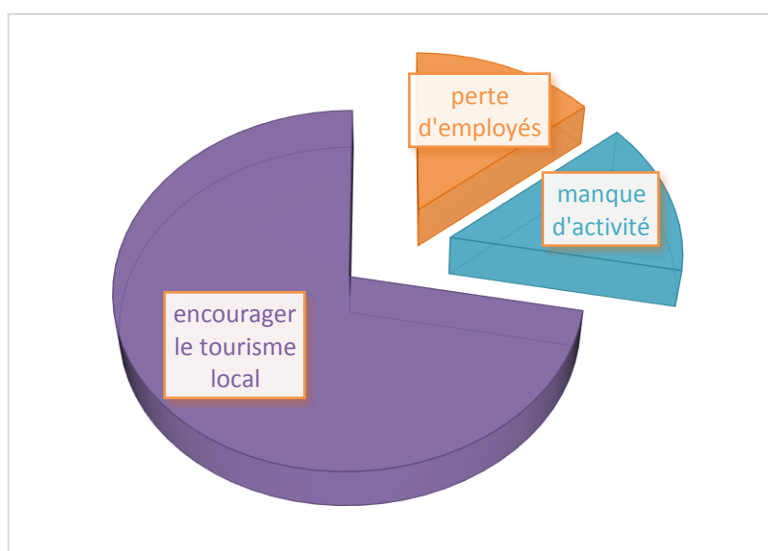


Figure 29 : les conséquences de la crise sur l'activité de tourisme.

Source : fait par nous-mêmes d'après les données des guides d'entretiens.

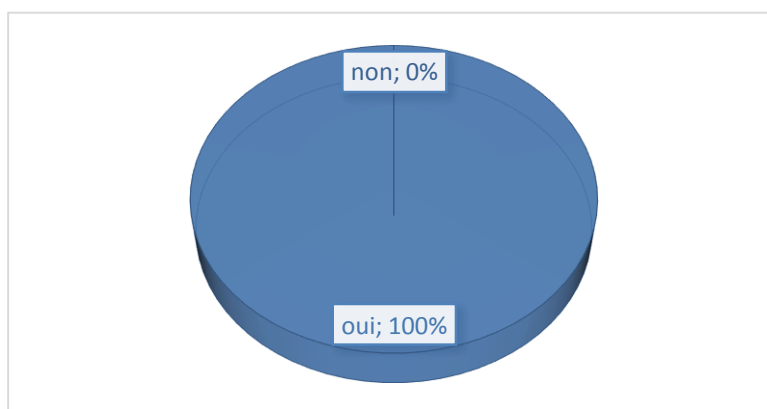
D'après les résultats de notre enquête 72% des établissements de notre échantillon disent que la pandémie nous a encouragés sur le tourisme local.

Question 12 : Faites- vous des études pour satisfaire vos clients ?

Tableau 18: étude pour satisfaire les clients.

	Effectif	Pourcentage
Oui	7	100%
Non	0	0%
Total	7	100%

Source : données des guides d'entretiens.

**Figure 30**: étude pour satisfaire le client.

Source : établir par nous-mêmes d'après les guides d'entretiens.

D'après la figure et les données des guides d'entretiens, tous les établissements de notre échantillon d'études faire des études pour satisfaire leurs clientèles.

L'analyse selon le modèle SWOT :

Il est habituel de dater le démarrage véritable de l'enseignement et de la recherche dans le domaine stratégique dans les années 60 à l'université d'Harvard, avec la proposition d'une démarche stratégique que l'on qualifiera alors de modèle LCAG (première lettre du nom des auteurs). Si ce modèle peut paraître aujourd'hui un peu simple, il met l'accent sur l'importance du diagnostic stratégique, question toujours actuelle.

Le principe de ce diagnostic s'inspire assez directement de certaines approches développées dans le domaine militaire et que l'on retrouve en particulier chez VON

CLAUSEWITZ. Il force à un raisonnement dichotomique afin de distinguer d'une part ce qui est bon ou mauvais pour l'entreprise et d'autre part ce qui lui est propre ou ce qui lui est externe.

La suite, WEIHRICH a proposé une instrumentalisation plus poussées de ces principes en construisant une matrice destinée à identifier les orientations stratégiques. Cette matrice est connue sous la dénomination de matrice SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Elle combine la dimension externe (opportunités et menace de l'environnement) et la dimension interne (forces et faiblesses de l'activité de l'entreprise).

Tableau 19: le modèle SWOT de la pandémie et le secteur du tourisme.

	En faveur	En défaveur
	Forces	Faiblesses
Diagnostic Interne	<ul style="list-style-type: none"> -contribue à la balance des paiements en créant un apport de devises. -développement du tourisme local. -fermeture des frontières et les vols. - cette pandémie a poussé les gens de chercher des zones touristiques à l'interne. -baisse de la concurrence (Maroc, Tunisie, Turquie). -des atouts et potentiel naturelle, culturel, historique et archéologique. -Améliorer la productivité des entreprises touristiques locales. -Le soutien de l'Organisation mondiale du tourisme au tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> -manque de l'offre. -baisse des pouvoirs d'achats. -les prix des hôtels sont très élevés par rapport à la qualité de leur produit. -confinement totale pendant plus de 2 mois. -perte d'emplois pour les employés de ce secteur. -manque d'investissement. - manque des mains d'œuvres qualifiés. -une société n'est pas prête pour recevoir les touristes. -une mauvaise image sur l'Algérie, par rapport à les autres destinations comme ; la Tunisie, Maroc. -L'absence d'une stratégie unifiée qui fédère le secteur Tourisme et hôtellerie dans

	<p>L'Algérie, ainsi que la croissance de la demande touristique intérieure Et externe sur le tourisme en Algérie.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Stabilité politique, économique et sécuritaire par rapport aux autres Pays. - Un climat qui encourage le tourisme durant toute l'année 	<p>un plan de gestion unifié Crises.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Utilisation peu efficace pour les méthodes Commercialisation. -Faible dépendance à la transformation numérique dans Mise en place de politiques marketings.
Diagnostic externe	Opportunités	Menaces
	<ul style="list-style-type: none"> - touche plus de 135 secteurs grâce à son effet multiplicateur élevé ;(transport, commerce, hébergement, restauration...etc.). -création de l'emploi. -l'ère après COVID-19 peuvent être comme une relance pour le tourisme interne. - une réelle opportunité pour développer le produit touristique national. -Une source vitale de devises étrangères -Le tourisme est le secteur d'activités le plus large à 	<ul style="list-style-type: none"> -un secteur très sensible. -affectent les activités économiques. -cette pandémie a réduit le volume du tourisme mondial. -diminution de nombre des touristes dans le monde. -le tourisme mondial a enregistré une baisse dans le nombre des touristes étrangers en 2020. -annulation des réservations d'hôtel. - la suspension des déplacements <p>Tourisme et Aéronautique.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les recettes

	<p>l'échelle mondiale et celui qui fournit le plus d'emplois : 1 travailleur sur 11 opère dans ce secteur.</p> <p>-L'évolution de la classification algérienne du tourisme au niveau International.</p> <p>- la stabilité politique, économique et sécuritaire dans les pays.</p> <p>-augmentation de Taux De tourisme et sensibilisation environnementale des touristes.</p> <p>- progresser la classification du tourisme algérien au niveau International.</p>	<p>touristiques sont diminuées.</p>
--	---	-------------------------------------

Source : fait par nous-même.

Présentation de l'échantillon d'étude :

I. Hôtel Mizrana de Tigzirt :

A 10 min à pied de la Grande plage familiale, est composé de 30 chambres et de 10 bungallows, d'un restaurant gastronomique, d'un café-bar, d'une piscine, d'un jardin d'enfants, d'une grande réception avec trois salons dont un de style berbère.

-Restaurant : Au grand bonheur des fins gourmets et les amateurs de poissons et fruits de mer, la gastronomie sert des produits locaux et frais dans un espace climatisé, d'une capacité de 80 couverts, offrant une vue sur la piscine et le bleu azuré de la méditerranée.

-Services et commodités : cet hôtel offre à sa clientèle : climatisation, Télévision & Réception satellite, Minibar, Wifi, Téléphone, Parkings, Ascenseur, Fax, Coffre.

II. Auberge de jeunesse Tabarout Tigzirt :

C'est une maison de jeune transformé à une auberge de jeunesse, capacité d'hébergement limité. Face à sa superficie. Se trouve à Tigzirt. Cette auberge travaille dans là où les activités d'hébergement, Maisons de vacances, chalets et centres devillégiature.

III. APC de Tigzirt : Assemblée Populaire Communale de Tigzirt.

IV. L'office de tourisme à Tigzirt :

Organisme d'information accueillant, informant et promouvant le tourisme sur le territoire du Tigzirt . Il s'adresse aux visiteurs locaux ou étrangers, et de manière générale à tous les acteurs touristiques du ce territoire. Il est créé en 1993 et situé à Tigzirt ville.

V. La petite vague & Tiza complexe :

Ce sont deux résidences touristiques lancé en mois de juin de cet été, par l'entrepreneur de l'immobilier Mr BOUSSABA, et qu'il est le monopole de la location des maisons et appartements pour les séjours à Tigzirt. La petite vague situé au bord de la mer au cœur de la plage Ferraoun Ouest. Cette résidence offre à sa clientèle : des appartements F2 & F3 modernes et entièrement meublés ; L'Espace : Appartements avec fenêtres et balcons offrant une vue sur ; un Restaurant et salon de glaces ; Parking privatif avec vidéo surveillance ; Accès handicapés ; Eau H24 ; Climatisé ; Espace familiale, soirée artistique ; tranquillité et sécurité.

Tiza complexe situé au bord de la mer, à côté de la plage Tassalast ; cette résidence offre pour sa clientèle : des appartements F2 & F3 modernes et entièrement meublé un restaurant et un espace familial ; une piscine ; Un endroit de charme avec ces paysages estivaux qui plaît à l'œil et au cœur qui crée un enthousiasme au tourisme.

VI. La direction du tourisme de Tizi-Ouzou :

Elle est dirigée par un Directeur nommé par décret présidentiel sur proposition du Ministre chargé du tourisme et de l'Artisanat (Article 04 du décret 2000/376 susvisé). Avec la création de nouvelle Direction de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat,

le service de l'Artisanat, précédemment rattaché à la Direction du Tourisme, a fait l'objet d'un transfert vers cette nouvelle structure. Après la promulgation du décret exécutif N°10/257 du 20 octobre 2010, le service de l'Artisanat. Par le décret exécutif N°95/260 du 29 août 1995, modifié et complété par le décret exécutif N°2000/376 du 22 novembre 2000, portant la création des services extérieurs du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et fixant les règles de leur organisation et de leur fonctionnement. À réintégré la Direction du Tourisme qui comprend :

- Le service du Tourisme.
- Le service de l'Artisanat.
- Le service de l'Administration et des moyens.

Conclusion

Au terme de ce chapitre, et après avoir analysé les guides d'entretiens avec les propriétaires des établissements du tourisme de la région du Tigzirt et après l'analyse SWOT, nous sommes y parvenus à plusieurs résultats :

L'importance de secteur de tourisme pour le développement économique et social, La plupart de ces établissements affirment que le tourisme local est développé grâce à la pandémie Covid-19.

Conclusion générale

Le tourisme est un groupe d'activités liées aux voyages, aux déplacements et à l'hébergement en dehors de la résidence normale à des fins diverses, et il est devenu l'industrie du XXe siècle, en raison de ses résultats et développements rapides. Créer des emplois, étant donné que le tourisme dépend dans une large mesure sur le travail humain et, en général, contribue au développement économique et social. L'industrie du tourisme est considérée comme l'une des industries importantes en raison de sa grande importance dans le soutien du processus de développement global sur les plans économique, social, culturel et politique.

Alors que les domaines du tourisme et de ses diverses activités de services et ses relations avec le développement durable ont suscité l'intérêt de nombreux économistes, géographes, sociologues, psychologues et administratifs, et qu'il est devenu un terrain fertile pour offrir des opportunités d'emploi et contribuer ainsi à résoudre le problème de chômage, contribuer au mouvement d'urbanisation, favoriser la circulation des devises étrangères et attirer les capitaux de l'extérieur. Constituent une source importante des Sources de revenu national dans les pays touristiques, et un adepte des données sur le tourisme international note que l'industrie du tourisme est devenue l'une des plus grandes industries au monde car elle contribue à environ 12% du produit mondial total, contribue à environ 7% du volume des investissements mondiaux et absorbe plus de 64 millions d'opportunités d'emploi.

L'activité touristique demeure un moyen réel incontestable de développer l'économie algérienne. Pour cela il importe de prendre en considération la nécessité pressante d'une véritable politique de développement touristique.

Actuellement, les effets du tourisme de masse sont ambivalents, d'un part créateur de richesses et d'emplois, d'autre part il est source de déséquilibres, d'instabilité, et de mise en danger des patrimoines naturels et culturels des régions visitées. En l'absence d'un encadrement propre aux pratiques touristiques, comme c'est le cas dans beaucoup de pays en développement, ces effets pervers se font encore plus sentir.

Le développement de ce secteur, dans notre pays est une réelle opportunité qui devenu une obligation.

La ville de Tizi-Ouzou dispose d'atouts touristiques importants et variés liés à la diversité de ses climats, de son relief, et de ses cultures, malgré cette diversité il est peu ou mal exploité. S'il est amené à être valoriser à sa juste valeur ces atouts permettront à la wilaya de se hisser parmi les régions les plus riches et les plus attractives du territoire national.

La pandémie de COVID-19 peut être considérée aujourd'hui comme une chance pour la relance et le développement du secteur de tourisme en Algérie. En effet, alors que presque tous les pays du pourtour méditerranéens ont atteint la limite physique de leur capacité d'accueil, l'Algérie reste encore un site touristique quasiment vierge et inexploité.

De façon générale, une prise de conscience de l'importance économique et sociale de ces activités touristiques s'impose aux pouvoirs publics qui doivent jouer notamment le rôle d'incitation à la mise en valeur de ce secteur.

Le secteur de tourisme dans le monde est le secteur le plus touché par cette crise. Mais la situation n'est pas pareille pour notre pays. Cette pandémie a des impacts négatifs sur le tourisme national. Vu le poids de ce secteur dans la balance économique de l'Algérie. L'activité touristique est considérée comme une importation et exportation de devises et les savoirs. Malgré les inconvénients de Covid-19 sur l'activité nationale de tourisme. elle les transforme à des avantages pour le tourisme local en Algérie.

Cette pandémie est devenue une opportunité pour la relance de tourisme locale dans notre pays. Elle a poussé les gens pour chercher des zones touristiques à l'interne. Après analyser les états des lieux ; on a déduit que le tourisme interne en Algérie a été développer grâce à cette pandémie. Au début ; elle les oblige pour retourner à l'offre local. Mais elle a terminé que la destination Algérie est deviens un choix n'est plus une obligation.

Reference bibliographique

Ouvrage :

1. ANTHONY SIMON, « Tourisme fondamentaux et techniques », Dunod, 2019 ; 11 rue Paul Bert, 92240 Malkoff.
2. YVES TINARD « le tourisme : Economie et management » Edition : Edicience International, France, 1994.
3. Demen-Meyer Christine ; LE TOURISME : ESSAI DE DÉFINITION ; Management Prospective Ed. | « Management & Avenir » 2005/1 n° 3.
4. SLJ SMITH : annales de la recherche touristique, 1988-ELSEVIER.
5. JOHN FLETCHER ; ALAN FYALL ; DAVID GIBLBERT ; STEPHEN WANHILL : “Tourism principles and practice” ; Sixth edition.
6. Arthur Haulot, Eric Hellendorff, Louis Jolin, Robert Lanquar, Mario Ruffino, Klaus Weiermair, Jeffrey West « Tourisme et société Mutations, enjeux et défi » édition par JEAN MICHEL. DECROLY ; ANNE MARIE DUQUESNE ; ROLANDO DELBERE et ANYA DIEKMANN ; université du Bruxelles 2006.
7. Philip KOTLER ; marketing du tourisme et de l'accueil ; Pearson France ; 2016.
8. C. Zytnicki et H. Kazdaghi (dir.), Le tourisme dans l'Empire français. Politiques, pratiques et Imaginaires, Paris, Publication de la SFHOM.
9. Masterscriptie Karlijn van Eerd ; Le tourisme français vers l'Algérie pendant la guerre d'indépendance algérienne (1954 - 1962) La représentation de la guerre d'indépendance. Algérienne dans les images de l'Algérie ; Radboud Universiteit Nijmegen, Tourism and Culture.
10. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme ; « SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025" » ; Livre 4 La mise en œuvre du SDAT 2025 : Le plan opérationnel ; Janvier 2008.

Articles :

1. Selon le secrétaire général de l'organisation mondiale du tourisme (OMT) ; ZURAB POLOLIKASHVILI ; publier le 14 janvier 2020.
2. DUBRUY GABRIEL ; « du territoire aux services ; Wackermann ; G, la civilisation de services : annales de géographie, année 1998. Page 105.
3. MICHAEL C ALL ; ALLAN WILLIAMS ; “Tourism and innovation” publié le 19-02-2008.
4. Dacharry Monique. Le tourisme social (Association française des Experts scientifiques du tourisme). In : Revue de géographie alpine, tome 53, n°4, 1965. Page 638-639. DOI : <https://doi.org/10.3406/rga.1965.3233>
5. Zurab Pololikashvili ; Secrétaire général ; Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO) ; juillet 2019.

6. ECI : Environmental impact assessment.
7. Mme DOUICI-HACHEMIE ; cour L1« introduction à l'économie » ; faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion ; université MOULOUD MAMMARI –TO- ; 2017 /2018.
8. MR. KHEDDACH SAMIR ; cours M1 « introduction aux services » ; faculté des sciences économique, commerciales et sciences de gestion ; université MOULOUD MAMMARI –TO ; 2020/2021.
9. « économie des services pour un développement durable » ; programme 2006.
10. Jean Stafford and Bruno Sarrasin ; L'après-guerre en Irak : les effets sur le tourisme international ; 22-1-2003.
11. Ibanda K.P. (2020, pp. 1-2).
12. OCDE, «Tackling coronavirus (Covid-19) – Tourism Policy Responses».
13. Observatoire de l'OIT : le COVID-19 et le monde du travail. 3e édition.
14. Le schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025 ; Volume 6.
15. Ministère du Tourisme ; Rapport Annuel De Performance 2020 "Mission Tourisme " ; Avril 2021.
16. Le quotidien d'Oran, Publié le 22 juin 2009, « Relance du tourisme en Algérie : les raisons d'un retard ».
17. Safia AYACHE, « dans le sud de l'Algérie, la pandémie covid-19 a encouragé le tourisme local » ; journal le Monde Afrique.
18. Wilaya de Tizi-Ouzou rapport présenté par la direction du tourisme. Conseil de wilaya, 17-02-09.
19. Document fourni par la direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Thèses doctorats et mémoires :

1. HEDDAR, B - Rôle socio-économique du tourisme- cas d'Algérie ; édité par OPU-Enal ; 1988.
2. BRAHIM BOUALI et BADIA OULHADJ-politique publique au service de la compétitivité de la PME touristique marocaine : processus d'élaboration et perception des PME bénéficiaires du programme (MOUSSANADA SIYAHA).
3. Par Pr M. BELATTAF & A. MOULOUD ; « Thème de communication : Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique : Pour un tourisme durable » ; Faculté des Sciences Economiques, de Gestion et Commerciales ; Laboratoire d'Economie & Développement - LED – Université de Bejaia (Algérie).
4. Mémoire touristiques Algériennes 1962-2018, Said Boukhelifa.

5. TAHAR AMINA ; « le tourisme en Algérie » ; université HASSIBA BENBOUALI – CHELEF-.
6. BOUDJANI Malika ; Thèse de Doctorat d'Etat Option Sciences Economiques ;
7. « Le TOURISME EN ALGERIE ETAT DES LIEUX » ; Université d'Oran Es-Sénia ; Décembre 2008.
8. Sophia Antipolis ; Programme d'activités 2009-2012 Tourisme et développement durable en Méditerranée ; Juin 2012.
9. Fatima Arib ; Le tourisme : atout durable du développement au Maroc ? 24-1 | 2005 ; Maroc.
10. NAJIB AKESBI ; Tourisme Après la crise, la nécessaire mutation ; Numéro 1047 ; 15 mai - 15 juin.
11. BOUDJANI Malika ; DJAMANE- SEGUENI Nadja ; LE TOURISME EN ALGERIE. ELEMENTS CRITIQUES POUR UNE POLITIQUE FUTURE DE TOURISME DURABLE ; Université –Oran.
12. thèse de doctorat ; Mlle HAROUAT FATIMA ZOHRA ; « comment promouvoir le tourisme en Algérie » ; université ABOU BEKR BELKAID Tlemcen ; 2011-2012.

Sites internet :

1. www.nouveautourismeculturelle.com/breve-histoiredutourisme
2. www.WorldTravelandTourismCouncil.com
3. www.untwto.org/fr/glossairede-tourisme .
4. <https://unstats.un.org>
5. www.shcolar.com
6. <https://www.unwto.org/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en-2019>
7. <https://studylibfr.com/doc/2597404/th%C3%A8me-de-communication-evolution--formes-et-impacts-de-...>
8. <https://www.tourisme-durable.org/>
9. <https://www.lafinancepourtous.com>
10. https://fr.wikipedia.org/wiki/Attentats_du_11_septembre_2001
11. <https://journals.openedition.org/teoros/1842#tocfrom1n2>
12. https://fr.wikipedia.org/wiki/Maladie_%C3%A0_coronavirus_2019
13. <https://www.unwto.org/fr/news/limpact-de-la-covid-19-sur-le-tourisme-mondial-apparait-dans-toute-son-ampleur-alors-que-lomt-chiffre-le-cout-du-blocage>

14. <https://www.mta.gov.dz/le-schema-directeur-damenagement-touristique-2030/?lang=fr>
15. <https://www.visa-algerie.com>
16. <https://www.lechotouristique.com/article/barometre-orchestra-lecho-le-top-20-des-destinations-en-fevrier-2022>
17. <https://www.aps.dz/monde>
18. www.cfcim.org
19. https://fr.wikipedia.org/wiki/Tourisme_en_Tunisie
20. <https://www.lechotouristique.com>
21. <https://www.aps.dz/economie/106078-la-relance-du-tourisme-en-tant-que-vecteur-de-creation-de-richesses-un-imperatif-pour-la-nouvelle-algerie>
22. <https://www.mta.gov.dz/>
23. <https://www.cityzeum.com/l-atlas-saharien>
24. <https://www.climatsetvoyages.com/climat/algerie>
25. <https://covid-19.sciensano.be>
26. <https://fr.climate-data.org/afrique/algerie/tizi-ouzou-1129>

Résumé

Le secteur touristique en Algérie aujourd'hui a connu un passage de la phase avant pandémie Covid-19 et pendant. Nos objectifs c'est de connaître l'impact de cette pandémie sur le tourisme intérieur, durant ces deux phases. Vu que le rôle important que joue le tourisme sur la croissance économique en Algérie, pour cela on a fait appel à des entretiens directifs auprès des établissements du tourisme dans la région de Tizirt sur notre problématique, ce que nous a conclu que cette pandémie était positive plus que négative sur ce secteur. À raison que les frontières sont fermées sur les vols et le voyage maritime sur les touristes ce qui a poussé pour retourner à l'offre locale.

Mots clés : secteur de tourisme ; pandémie ; crise ; établissements.

Abstract

The tourism sector in Algeria today has experienced a transition from the phase before the Covid-19 pandemic and during it. Our objectives are to know the impact of this pandemic on domestic tourism, during these two phases. Given that the important role that tourism plays on economic growth in Algeria, for this we called on directive interviews with tourism establishments in the Tizirt region. On our problem, which concluded that this pandemic was positive. More than negative in this sector. Due to the fact that the borders are closed on flights and sea travel on tourists which has pushed to return to the local offer.

Keywords : tourism sector; pandemic ; crisis ; establishments.