

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou  
Faculté des Sciences Economiques, commerciales et de gestion  
Département des Sciences Commerciales



## *Mémoire de fin d'étude*

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

# Thème

**L'accompagnement des créateurs d'activité  
touristique par les institutions locales :  
Cas de la Direction de Tourisme et de  
l'Artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou**

Réalisé par :  
M<sup>elle</sup> CHAOUCHE Saliha

Encadré par :  
Mr. ACHIR Mohamed

Dirigé par:  
M<sup>elle</sup> BELKACEM Naima

Devant le membre de jury composé de

Monsieur ABIDI Mohammed .....président

ACHIR Mohamed .....encadreur

Monsieur OUALIKENE Salim .....examineur

**Promotion: 2019**

# Remerciements

*Je présente mes plus vifs remerciements à mon promoteur M<sup>r</sup> ACHIR Mohamed pour avoir accepté tout d'abord de m'encadrer, ainsi que pour les précieux conseils, les remarques constructives, et les encouragements qu'il m'a prodigués tout au long de mon travail.*

*J'exprime mes profonds remerciements à Monsieur ABIDI Mohammed, qui n'a pas manqué un instant de m'aider, me conseiller et de m'orienter durant tout mon cursus universitaire.*

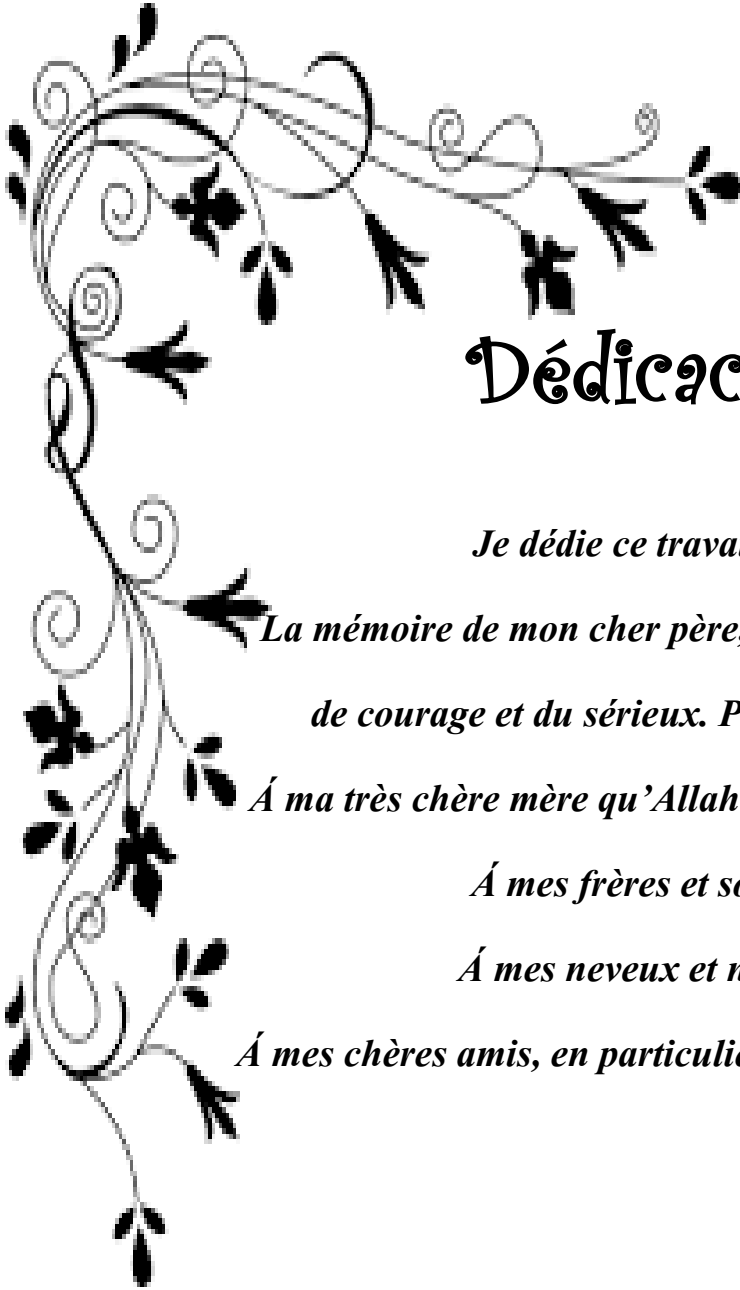
*J'adresse mes remerciements au membre de jury qui ont accepté d'évaluer mon travail.*

*Je tiens encore à remercier le personnel de la direction de Tourisme et de l'artisanat, en particulier Melle BELKACEM Naima, Hammaz (ép Ammour) Lynda.*

*Et encore mes remerciements vont aller aux enseignants et tout le personnel de Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion de Tizi-Ouzou*

*Un grand merci à mes amis qui m'ont épaulé et aider*





# Dédicaces

*Je dédie ce travail à:*

*La mémoire de mon cher père, qui était pour moi un exemple  
de courage et du sérieux. Paix à son âme.*

*À ma très chère mère qu'Allah la garde pour moi*

*À mes frères et sœurs*

*À mes neveux et nièces*

*À mes chères amis, en particulier Mima et Hamida*

 *Saliha*

## Liste des abbreviations

- **ANDT** : Agence Nationale de **D**éveloppement du **T**ourisme.
- **ANGEM** : Agence Nationale de **gestion** du **micro**crédit
- **ANSEJ** : Agence National de **S**outien à l'**E**mloi des **J**eunes.
- **BADR** : Banque de l'Agriculture et du Développement Rural, ;
- **BDL** Banque de Développement Local.
- **CNAC** : Caisse National d'**A**ssurance **C**hômage.
- **CNEP** : Caisse Nationale de l'**E**pargne et de **P**révoyance.
- **CNI** : Conseil National de l'**I**nvestissement
- **CPA** : **C**rédit **P**opulaire d'Algérie.
- **DIP** : Direction de l'Industrie et des la Mines
- **EGT** : **E**ntreprise de **G**estion **T**ouristique.
- **ETK** : **E**ntreprise **T**ouristique de **K**abylie.
- **EURL** : **E**ntreprise **U**nipersonnelle à **R**esponsabilités **L**imité .
- **FGAR** : Fonds de Garantie de Crédits
- **FNAT** : Fédération Nationale des Agences de Tourisme
- **FNH** : Fédération Nationale des **H**ôteliers
- **FOGAM** : Fonds de Garantie de Mise à Niveau.
  
- **HTT** : Groupe public «Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme
- **ISEE** : Institut National de la Statistique et des **E**tudes **E**conomiques.
- **L'ONUUDI** : Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
- **ONAT** : Office national algérien du tourisme
- **ONAT** : Office National Algérien du **T**ourisme
- **ONT** : Office National du **T**ourisme.
- **PAC**: Plan d'Aménagement Côtier.
- **PME** : Petite et **M**oyenne **E**ntreprise.
- **SARL** : Société à **R**esponsabilité **L**imité.
- **SBA** : **S**mall **B**usiness **A**dministration
- **SDAT** : Schéma **D**irecteur de l'**A**ménagement **T**ouristique.
- **SNAT** : Schéma National d'Aménagement du **T**erritoire.
- **SNAV** : Syndicat National des Agences de **V**oyages.
- **SNC** : Société en **N**on collectif.
- **SPA** : Société **P**ar **A**ction.
- **TPE** : Très **P**etites **E**ntreprises.
- **UE** : Union Européenne.
- **ZEST** : **Z**one d'Expansion et **S**ites **T**ouristiques.
- **ZET** : **Z**one d'Expansion **T**ouristique.

# Liste des figures et tableaux

---

## Liste des figures et tableaux

---

### Liste des tableaux

<b>Tableau N° 01</b> : La moyenne, petite et très petite entreprise selon la loi 01/18 du décembre 2001 .....	09
<b>Tableau N02</b> : Les différents programmes de financement proposés par l'ANGEM.....	18
<b>Tableau n° 03</b> : Le nombre de PME en Algérie fin 2019 .....	26
<b>Tableau N°04</b> : L'évolution de pme selon le secteur d'activité .....	27
<b>Tableau N°05</b> : évolution des emplois par types de PME.....	28
<b>Tableau N°06</b> : évolution du PIB par secteur HH (2009-2013) .....	29
<b>Tableau n° 07</b> : Nombre d'établissements hôteliers en Algérie en 2019 .....	36
<b>Tableau n° 08</b> : nombre d'établissement hôtelier par secteur .....	36
<b>Tableau n° 09</b> : nombre d'établissement hôtelier par catégorie de classement .....	37
<b>Tableau n°10</b> : Agences de tourisme et de voyages (ATV) fin 2017 .....	38
<b>Tableau n°11</b> : Répartition des zones d'expansion et sites touristiques en Algérie.....	48
<b>Tableau N° 12</b> : Liste des agences de tourisme et de voyages agréées (arrêtée au 17/03/2019) .....	68
<b>Tableau n° 13</b> : Les ZEST de la wilaya de Tizi-Ouzou .....	73
<b>Tableau n° 14</b> : Les projets touristique en cours de réalisation au 31/12/2019 .....	76
<b>Tableau n° 15</b> : Les projets au 31 /12/2019 .....	79

### Liste des figures

<b>Figure n°01</b> : Organigramme de la Direction du Tourisme et de L'Artisanat .....	58
---	----

# Sommaire

# Sommaire

---

Introduction générale.....	1
<b>Chapitre I : Généralité sur les PME et l'entrepreneuriat</b> .....	4
Introduction du chapitre.....	5
Section 01 : L'émergence des PME et l'action d'entreprendre.....	6
Section 02 : Esprit d'entreprise et entrepreneuriat.....	19
Section 03 : Politique d'entrepreneuriat et création des PME en Algérie.....	26
Conclusion.....	32
<b>Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : état des lieux</b> .....	33
Introduction du chapitre.....	34
Section 01: Tourisme en Algérie.....	35
Section 02 : Programmes de promotion du tourisme en Algérie.....	44
Section 03 : La valorisation et développement du tourisme en Algérie.....	50
Conclusion.....	54
<b>Chapitre III : Les projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou</b> .....	55
Introduction.....	56
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil.....	57
Section 02 : Etat des lieux des équipements touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	63
Section 03: Présentation de la méthodologie de recherche et interprétation des résultats.....	69
Conclusion.....	85
Conclusion générale.....	86
Bibliographie.....	89
Annexes	
Table des matières	
Résumé	

# **Introduction générale**

## Introduction générale

---

La création d'entreprise et l'entrepreneuriat sont reconnus comme un enjeu économique et social important, ils permettent de créer des emplois, d'innover et de s'épanouir au niveau individuel et surtout, entreprendre qui correspond à une valeur à développer au sein des entreprises.

Aujourd'hui, une nouvelle vision a été donnée aux PME, ces entreprises assurent une part considérable de la production, de la commercialisation, mais aussi de la recherche et de développement, leur contribution au développement local est plus forte.

La création d'entreprise par les jeunes attire aujourd'hui une attention particulière des instances locales, régionales, nationales. Elle apparaît comme une solution stratégique performante pour répondre aux problèmes d'insertion et de chômage des populations et devient un enjeu majeur dans les politiques de promotion de la dynamique entrepreneuriale.

A partir de là, il est utile de signaler que le domaine de l'entrepreneuriat en Algérie est l'une des grandes priorités de la politique économique algérienne. Donc les pouvoirs public sont désormais conscient de la nécessité d'encourager et de développer la culture entrepreneuriale, et ont assigné à des institutions publiques les tâches de concevoir des politiques spécialement ciblées sur l'entrepreneuriat.

Dans le cadre de sa stratégie de réformer, les autorités publiques ont mis en place des organes et des dispositifs nationalement destinés à promouvoir l'initiative individuelle et stimuler l'activité entrepreneuriale et l'esprit d'entreprendre à l'image de L'ANSEJ, ANDI, CNAC, ANGEM ...

La dynamique entrepreneuriale joue un rôle moteur dans le développement économique à travers une approche territoriale basée sur les initiatives locales par la valorisation des richesses d'un territoire donné.

Pour ce faire, le tourisme considéré comme un secteur du transversal, de l'interculturel et de l'entrepreneuriat local, une activité économique qui connaît un développement dynamique et qui a des implications sociales, culturelles et environnementales, à cet effet la mise en place d'un écosystème d'entrepreneuriat touristique local peut être un déclencheur d'un développement économique innovant et de stabilité sociale.

Le tourisme est un secteur qui se retrouve dans un terrain vierge en Algérie malgré le riche potentiel touristique dont le pays dispose. De ce fait, la mise en valeur de ces atouts dans

## **Introduction générale**

---

le cadre d'une dynamique entrepreneuriale touristique pourrait redresser l'économie Algérienne.

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, comme dans tout le reste du territoire national, des projets d'investissement ont eu lieu. Des projets réalisés par des initiatives privés et indépendantes, d'autres ont été réalisés par les biais des dispositifs publics.

Et comme ces dernières années, le tourisme est une activité économique majeure qui connaît un développement dynamique et qui a des implications sociales, culturelles et environnementales. C'est une source de création de richesse, d'emplois et de revenus durables, engendrant des effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'activité économique (Agriculture, artisanat, culture, transport, services, industrie...), les pouvoirs publics en Algérie nationaux ou locaux encouragent les porteurs de projets touristiques

Notre travail, se focalise sur les projets d'investissement qui concerne la création des entreprises touristiques au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou et l'accompagnement des organismes concernés, et à travers notre recherche, nous allons essayer de répondre à la problématique suivante :

### **Quel est le rôle et l'apport des organismes pour les investisseurs touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?**

De cette problématique se déclinent plusieurs questions :

- Qu'entendons-nous par entrepreneuriat ?
- Quel est l'apport des pouvoirs publics aux porteurs de projets touristique?
- Quel constat par rapport aux projets touristique dans la willaya de Tizi-Ouzou?

### **Objectif et choix du thème :**

Nous avons opté pour ce mémoire car en premier lieu il rentre dans le cadre de notre formation de master, et aussi ce thème est de l'ordre des préoccupations des acteurs et des spécialistes du domaine vu son importance sur l'économie nationale et locale.

### Structure du mémoire :

Afin d'apporter les éléments de réponse à notre problématique et mieux comprendre notre sujet d'étude, nous avons réparti notre travail en trois chapitres :

Le premier chapitre porte sur les petites et moyennes entreprises dans leur cadre épistémologique, et étudier leurs spécificités et leur importance dans l'économie des pays.

Le deuxième chapitre renferme l'étude sur le tourisme en Algérie : Etat des lieux.

Le troisième chapitre intitulé : **les projets d'investissements touristiques réalisé par ANDI dans la wilaya de Tizi-Ouzou**, à pour objectifs d'évaluer les réalisations de l'ANDI à l'échelle régional à travers le guichet unique décentralisé dans la wilaya de Tizi-Ouzou, ainsi que présentation des résultats de notre enquête de terrain, et montrer le rôle de ce dispositif dans la création des entreprises touristique.

# **Chapitre I : Généralité sur les PME et l'entrepreneuriat**

### **Introduction du chapitre**

Ces dernières années, l'esprit d'entreprise s'est imposé comme le moteur de développement économique et social dans le monde entier. Le rôle de l'esprit d'entreprise a radicalement changé, de sorte qu'il est aujourd'hui considéré comme une composante indispensable qui génère l'emploi, croissance économique, et compétitivité. Après la crise qui a touché l'économie mondiale dans les années 1980, qui a conduit à l'échec de l'expérience des grands ensembles industriels, le secteur des PME s'est imposé comme le moyen le plus efficace pour la relance économique.

La prise en compte des PME dans les recherches scientifiques, les statistiques et les politiques économiques est très récente. Ce n'est qu'à partir de la fin des années 1970 que les économistes commencent à s'intéresser aux entreprises de petite et moyenne dimension et au domaine d'entrepreneuriat innovateur.

Ce premier chapitre renferme une étude sur les PME et l'entrepreneuriat.

### Section 01 : L'émergence des PME et l'action d'entreprendre

La notion de la petite et moyenne entreprise reste toujours un problème compliqué en raison de la difficulté

#### 1.1. PME : Notion et caractéristiques

Les PME jouent un rôle de premier ordre dans toutes les économies aussi bien développées qu'en développement, car elles s'adaptent rapidement aux changements de l'environnement et à ses aptitudes à assurer une intégration économique et un développement local des régions.

##### 1.1.1. Définition de la PME

La notion de la petite et moyenne entreprise reste toujours un problème compliqué en raison de la difficulté d'établir une définition unique acceptée par tous.

L'encyclopédie de l'Economie et de la Gestion définit les Petites et moyennes Entreprises (PME) : « *Comme des entreprises juridiquement et financièrement indépendantes, dans lesquelles le dirigeant assume la responsabilité financière, technique et sociale sans que ces éléments soient dissociés* ».

Pour BRESSY G, C KONCUYT « *Les PME sont les entreprises dont l'effectif salarié est inférieur à 50, elles englobent les très petites entreprises (moins de 10 salariés) et les petites entreprises (de 10 à 49 salariés) et les moyennes entreprises (de 50 à 499 salariés)* ».<sup>1</sup>

Quant à P.A JULIEN et M MARCHESNAY « *La petite entreprise est avant tout une entreprise juridiquement et financièrement indépendante, opérant dans les secteurs primaires, manufacturiers ou service, et dont les fonctions des responsabilités incombent le plus souvent à une seule personne, si non à deux ou trois, en générale seuls propriétaires de capital* ».<sup>2</sup>

Il semble que la formulation d'une définition de PME se base sur des critères différents et très diversifiés, et cela reflète la pluralité des objectifs à réaliser sur les plans démographiques, économiques et financiers, d'autre part, la multiplicité des critères constituent un handicap qui ne nous permet pas de comprendre la réalité et spécifié de cette

---

<sup>1</sup>BRESSY G, C KONCUYT, « économie d'entreprise », Dalloz, Paris, 2000, p78.

<sup>2</sup> MARCHESNAY.M, JULIEN MP1998, « la petite entreprise », Vuibert gestion, Paris, p56.

catégorie d'entreprise. Les pouvoirs publics français retiennent comme PME une entreprise de moins de 500 salariés ou de moins de 200 millions de chiffre d'affaires.

### 1.1.1.1. Définition de l'union européenne(UE)

La micro, petites et moyennes entreprises jouent un rôle essentiel dans l'économie européenne, elles constituent une source majeure de capacité d'entreprendre, d'innovation et d'emplois.

L'UE, élargie à 25 pays, 23 millions de PME fournissent 75 millions d'emplois et représentent 99% de l'ensemble des entreprises<sup>1</sup>.

La commission européenne a adopté en 1996 la recommandation 96/280/CE du 3 avril 1996, portant sur la définition commune à cette catégorie d'entreprises suite à deux consultations publiques effectuées en 2001 et en 2002. En 2003 la commission a adopté d'autres définitions dans la recommandation 2003/631/CE. Cette recommandation est entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2005.<sup>2</sup>

La commission européenne a pris en compte des critères quantitatifs à savoir : l'effectif, chiffre d'affaires et/ou le total de bilan et l'autonomie financière.

### 1.1.1.2. Aux Etats- unis

La définition officielle de la PME, donnée par la Small business administration(SBA)<sup>3</sup> aux Etats-Unis est la plus difficile mais la plus complète.

La SBA a utilisé trois (03) critères qualitatifs pour définir la PME et a fixé les seuils pour les critères quantitatifs<sup>4</sup>.

Selon la SBA les critères qualitatifs sont :

- Une entreprise à but lucratif ;
- Elle doit être détenue et gérée de façon indépendante ;

---

<sup>1</sup> Commission européenne(2006), la nouvelle définition de la PME, guide de l'utilisation de modèle de déclaration, office des publications- entreprise et industrie.

<sup>2</sup> L'article 3 de l'annexe de la recommandation 2003/361/CE de la commission, mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises, journal officiel de l'union européen, L124/38 du 20/05/2003, p34.

<sup>3</sup> S.B.A est une agence importante du gouvernement américain ayant pour but d'aider, conseiller, assister et protéger les intérêts des petites et moyennes entreprises.

<sup>4</sup> AZIZ, Oussaid. Financement des petites et moyennes entreprises : cas entreprises algérienne. Mémoire de magister. Sciences économique, Tizi-Ouzou, université de MOULOUDE Mammeri, 2016, p 23.

- Ne doit pas être dominante dans son secteur d'activité ;

Les critères quantitatifs sont basés sur la taille, le chiffre d'affaires variant selon les secteurs d'activité. En général, une PME est celle qui emploie moins de 500 salariés, mais ce seuil est porté à 1500 dans l'industrie manufacturière. Le chiffre d'affaires annuel doit être inférieur à 5 millions de dollars dans les services, 13.5 millions de dollars dans le commerce et 17 millions de dollars dans la construction<sup>1</sup>.

### 1.1.1.3. Au japon

Les PME au Japon réalisent des progrès remarquables depuis les années 1960. Elles sont passées du statut maillon faible d'une économie présentée comme duale au statut de moteur de croissance<sup>2</sup>.

Le Japon est doté d'un secteur de PME très actif et sa complémentarité avec celle des grandes entreprises a été un succès. La puissance des PME japonaises réside dans la flexibilité, la souplesse de sa structure et sa capacité à cumuler la technologie. La définition retenue se base uniquement sur des critères quantitatifs et sur le secteur d'activité<sup>3</sup>.

### 1.1.2. Définition de la PME en Algérie

Bien qu'il existe plusieurs critères pour regrouper les entreprises dans le monde sur le plan de l'effectif, du chiffre d'affaire etc. l'Algérie a opté pour la définition de l'union européenne. Cette définition reprise est définie par la loi N° :01/18 du 12 décembre 2001 portant sur la promotion de la petite et la moyenne entreprise (PME).

Par le biais de cette loi, la PME est définie comme une entreprise qui répond aux critères suivants<sup>4</sup> :

- Une entreprise ayant un statut juridique d'entreprise de production, de biens et services.
- Emploi de 1 à 250 personnes.
- Le chiffre d'affaires annuel n'excède pas 2 milliards de dinars ou le total du bilan annuel ne dépassant pas 500 millions de dinars.

---

<sup>1</sup> DECHRA, Mansour. Stratégie de développement des PME et le développement local, mémoire magister, science économique, université d'Oran, 2013-2014, p 53.

<sup>2</sup> ANA, Clovic. Les réseaux de PME dans les districts industriels au japon. Ed, l'harmattan, 2010, p 22.

<sup>3</sup> La 2<sup>ème</sup> conférence de l'OCDE des ministères en charge des PME. Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale. Turquie, 2004.

<sup>4</sup> B.M Rédha, R.M Karima, GH Larbi. Magherb review of economic and management, vol 03. N°1, mars 2016.

- Respect des critères d'indépendance.

La moyenne, petite et très petite (Micro) entreprises sont définies comme montré dans le tableau ci dessous:

**Tableau N° 01** : la moyenne, petite et très petite entreprise selon la loi 01/18 du décembre 2001

Taille	emplois	Chiffre d'affaire	Total du bilan
Moyenne	50à 250	200 millions DA à 2 milliard de DA.	100 Millions à 500 millions
Petite	10à 49	Moins de 200 millions de DA	Moins de 100 millions de DA
Très petite	1à 9	Moins de 20millions de DA	Moins de 10 Millions de DA

**Source:** Maghreb review of economie and management N°01, March 2016, p.159.

### 1.2. Les critères des PME

La PME est l'un des moteurs du changement et du progrès grâce à sa mobilité, sa souplesse et sa flexibilité. D'autre part, sa diversité impliquera plusieurs définitions qui portent sur plusieurs critères.

Les critères d'identification des PME peuvent se subdiviser en deux approches : quantitative, appelée aussi « descriptives », et qualitative également dénommée critère théorique, sociologique ou « analytique ».

#### 1.2.1. Approche quantitative de la PME

Les typologies quantitatives, relèvent de l'approche économique traditionnelle qui se refuse à pénétrer à l'intérieur de la boîte noire de l'entreprise, et ne toucher ainsi qu'aux éléments les plus apparents de la firme<sup>1</sup>. Etant donné la simplicité de cette approche, les chercheurs ont pu donner des définitions simples sur la base de critères mesurables et quantifiables qui sont le nombre de salariés, le chiffre d'affaires, le total du bilan, le capital

<sup>1</sup> P.A Julien. Les PME bilan et perspectives. Ed Economica, 1994. P27.

investi, actifs immobilisés, etc. Seulement deux sont souvent cités ou utilisés pour définir la PME à savoir :

- L'effectif employé.
- Le chiffre d'affaires.

### 1.2.1.1. Le nombre d'effectifs employés

La prise en considération de ce critère permet la distinction entre 3 catégories d'entreprises qui sont<sup>1</sup> :

Les très petites entreprises (TPE), qui sont toutes les organisations employant en moyenne dix salariés ;

Des entreprises dont le nombre de salariés varie entre dix et quarante-neuf salariés sont identifiées comme « petites entreprises » ;

Les entreprises employant de cinquante à cinq cent salariés sont considérées comme « Moyennes entreprises ».

La classification des entreprises par leurs effectifs présente un intérêt certain ; par contre, sa généralisation ne peut dépasser le cadre d'un secteur. En effet, le passage d'un secteur à un autre et avec un même effectif pour une entreprise peut classer cette dernière comme étant une grande ou petite entreprise.

### 1.2.1.2. Le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires est un indicateur qui permet l'évaluation du patrimoine de l'entreprise. Il est pris en considération pour une définition plus significative de la PME car il est le seul critère financier essentiel reflétant l'importance économique et le poids de l'entreprise notamment lorsqu'il est combiné avec celui de l'effectif employé. Toutefois, le chiffre d'affaires<sup>2</sup> peut varier sensiblement selon les branches industrielles qu'elles soient à large marché ou à marché étroit (P.A. Julien, 1997). Ainsi, le chiffre d'affaires peut être

---

<sup>1</sup> DECHERA, Mansour. Stratégie de développement des PME et le développement local : essai d'analyse à partir du cas de la région nord-ouest de l'Algérie, Mémoire de magister, sciences économiques, université d'Oran, 2013-2014, p.15.

<sup>2</sup> ABENOUR, Khammes, Spécificités d'utilisation des outils d'analyse stratégique dans le cadre d'une politique de croissance par les PME, Mémoire de magister, sciences économiques, université de MOLUOD Mammeri de Tizi-Ouzou, p.12.

exposé au risque de falsification, et présente par ailleurs l'inconvénient d'être soumis aux fluctuations monétaires (inflation).

### 1.2.2. Approche qualitative de la PME

L'approche qualitative rejoint plus la réalité socio-économique par son caractère descriptif. Cette approche met l'accent sur les éléments distinctifs qui caractérisent une entreprise de petite et moyenne dimension, à savoir : l'aspect humain, le rapport de BOLTON et les approches qui prennent en considération divers aspects, approches dites multicritères.

#### 1.2.2.1. La dimension humaine

Selon P.A Julien et M. Marchesnay, les PME sont définies « *comme une entreprise juridiquement sinon financièrement indépendante, opérant dans des secteurs primaires, manufacturiers ou des services et dont la fonction de responsabilité incombent le plus souvent à une seule personne sinon à deux ou trois, en général seules propriétaire du capital* ». <sup>1</sup>

La PME est « *une unité de production ou de distribution, et unité de direction et de gestion, sous l'autorité d'un dirigeant entièrement responsable de l'entreprise, dont il est souvent propriétaire et qui est directement lié à la vie de l'entreprise* ». <sup>2</sup>

A partir de ces définitions, nous nous apercevons que l'aspect humain est très important, étant donné que le dirigeant a un rôle très précis et déterminant dans une PME.

#### 1.2.2.2. Le rapport Bolton

En Grande Bretagne, un travail d'envergure fut entrepris afin de conceptualiser la petite entreprise comme entité socio-économique. Une commission, sous la présidence de «Small business administration » a travaillé sur les critères de définition des PME qui reposent sur les critères suivants <sup>3</sup> :

- Une part de marché relativement restreinte.
- L'indépendance de la société.
- Une gestion personnalisée de l'entreprise par son propriétaire.

---

<sup>1</sup> P.A. Julien ; M. Marchesnay. La petite entreprise principe d'économie et de gestion. Ed librairie Vuibert, 1998, p56.

<sup>2</sup> Robert, Wtterwulghe. La PME une entreprise humaine. Ed Boeck. 1998, p.15.

<sup>3</sup> Houria, Sekkal, Forces et faiblesses de la petite et moyenne entreprise privée Algérienne dans le contexte des réformes économiques, Mémoire de magister, sciences économiques, université d'Oran, 2011-2012, p.12.

Donc la PME est dirigée par ses propriétaires d'une manière personnalisée et non par le biais d'une structure managériale formalisée.

Les propriétaires participent activement à tous les aspects de la gestion de l'entreprise et qu'il n'y a pas de délégation générale du pouvoir de décision. La taille de l'entreprise peut faire basculer cette gestion flexible caractérisée par un cadre prévisionnel à court terme, en une structure managériale un peu plus formalisée si l'entreprise atteint 200 employés.

Le critère d'indépendance de la PME exclut les entreprises de taille réduite qui font partie d'un groupe plus important. Les filiales des grandes sociétés ne sont donc pas considérées comme PME. Ces études mettent l'accent sur la diversité des entreprises, et montrent la difficulté à aboutir à une définition unique.

### 1.2.2.3. Définition multicritères

La définition de la PME peut englober, outre l'aspect et le rôle incontournable de l'entrepreneur, d'autres caractéristiques plus descriptives, utiles pour l'élaboration d'une définition qualitative.

Des critères d'ordre qualitatif, ont également été développés pour définir la PME et la distinguer de la grande entreprise<sup>1</sup>. Celle-ci est essentiellement basée sur les caractéristiques autres que la taille. Selon cet auteur, on ne peut définir la PME, sans tenir compte de trois éléments essentiels : l'incertitude, l'innovation et l'évolution des caractéristiques auxquelles elle doit faire face.

#### A. L'incertitude

L'incertitude se présente sous trois formes :

- La première est induite par sa dépendance au marché et l'imposition des prix par celui-ci.
- La seconde est due à une dépendance vis-à-vis d'un nombre restreint de clients du fait que l'entreprise n'offre qu'un seul produit ou service dont l'activité est limitée à la sous-traitance d'un produit unique pour une grande entreprise.
- La troisième résulte du lien qui unit le dirigeant à son entreprise. Les principales fonctions managériales et la propriété du capital sont

---

<sup>1</sup>Robert, Wtterwulghe. Op, cit, 1998, p.18-19-21.

généralement aux mains du dirigeant et/ou de sa famille. Dans ce type de gestion le dirigeant peut maximiser sa propre fonction et peut parfois préférer satisfaire ses aspirations plutôt qu'augmenter le profit et les ventes.

### **B. Le processus d'innovation**

Les PME ne sont pas en mesure de concurrencer les grandes entreprises en termes de moyens financiers et humains consacrés à la recherche et au développement. De ce fait, elles sont à même d'introduire des innovations fondamentalement différentes des produits existants à l'inverse des grandes entreprises qui mettent en valeur l'innovation des nouveaux produits par la fonction recherche et développement.

### **C. L'évolution**

L'évolution est liée au processus de changement et de croissance ; elle comporte plusieurs étapes définies en termes de structures organisationnelles.

L'auteur précise que la PME n'est pas une grande entreprise réduite, mais existe en tant qu'entité originale et flexible évoluant au fil des contingences économiques.

Différents éléments définissent une entreprise sur plusieurs continuum allant du moins au plus, de la très petite à la grande entreprise :<sup>1</sup>

- De la centralisation à la décentralisation de la gestion ;
- D'un marché local et protégé à un marché national ou international ;
- D'une stratégie intuitive à une stratégie formalisée ;
- D'un secteur traditionnel ou mature à un secteur moderne et à produits de pointe ;
- D'une technologie traditionnelle et d'une innovation faible à une technologie de pointe et à une innovation radicale.

### **1.3. Les spécificités des PME**

L'importance de ces entreprises (PME) accrue et immense, non seulement à cause de son nombre et sa variété, mais aussi son existence dans tous les domaines, elles ont des caractéristiques propres et possèdent des atouts qui les rendent particulièrement efficaces.

---

<sup>1</sup> René Gélinas, Alain Halley, Real Jacob et Jocelyn Drolet, Les caractéristiques et les spécificités de la PME : favorables ou défavorables au juste-à-temps?, Revue internationale P.M.E. Volume 9, numéro 2, 1996, p 85.

Selon Julienne Fillion; Un certain nombre de caractéristiques se dégagent pour rendre compte de la réalité des PME.

### **1.3.1. La centralisation de la gestion**

La centralisation se traduit par une personnalisation de la gestion autour du propriétaire dirigeant. La centralisation du pouvoir des PME facilite l'intégration des buts individuels aux buts de l'organisation. Le patron connaît généralement tous ses salariés individuellement et peut ainsi apprécier leurs qualités et leurs faiblesses. En outre, la petite dimension des PME favorise la multiplication des contacts directs et personnels.

### **1.3.2. Faible spécialisation**

La PME se caractérise précisément par l'absence de décomposition fonctionnelle contrairement aux grandes entreprises. Si l'analyse fonction par fonction est très pratiquée et pertinente dans le cas d'une grande entreprise, elle est en revanche inappropriée dans celui d'une PME dont les dirigeants se caractérisent par une grande polyvalence. Même si cette faiblesse est considérée, parfois comme un handicap pour la PME mais elle constitue dans un moment où le changement est rapide, un avantage permettant plus de souplesse.

### **1.3.3. Une stratégie intuitive ou peu formalisée**

Les grandes entreprises doivent préparer des « plan » relativement précis des actions à venir pour que toute la direction puisse s'y référer. Dans les petites entreprises, le propriétaire-dirigeant est suffisamment proche de ses employés-clefs pour leur expliquer au besoin tout changement de direction. En somme, il faut convenir de la quasi-absence de planification dans les PME.<sup>1</sup>

### **1.3.4. Un système d'information interne peu complexe**

Les petites organisations fonctionnent par dialogue ou par contact direct mais les grandes entreprises doivent mettre sur pied tout un mécanisme formel (et écrit) permettant le transfert d'information tout en minimisant le bruit et en favorisant le contrôle. Les très grandes entreprises vont même produire un « journal » de la compagnie pour diffuser l'information générale et empêcher que les remueurs nuisent à l'efficacité de l'entreprise. Ainsi la circulation de l'information repose sur un ensemble de relation interpersonnelle, informelle, où on préfère la communication orale à la communication écrite.

---

<sup>1</sup> Houria, Sekkal, op. Cit, p 19.

### 1.3.5. Un système d'information externe simple

Dans les entreprises artisanales, le propriétaire-dirigeant peut discuter directement avec ses clients, tant pour connaître leurs besoins et leurs goûts, que pour expliquer les différents aspects du ou des produits, etc. La grande organisation doit faire des études de marché coûteuses et complexes, qui souvent d'ailleurs finissent par influencer sa stratégie. Cette nécessaire proximité dans les activités de services empêche les économies d'échelle et renforce la compétitivité des petites structures.

### 1.3.6. La recherche d'un environnement stable

Cette caractéristique s'explique par le peu de poids qu'a la petite entreprise sur son environnement au contraire de la grande entreprise. Dans les deux structures de production (petite et grande entreprise), cette aversion de la turbulence provient du faible goût du risque de la plupart des dirigeants d'entreprises, comme l'ont démontré plusieurs auteurs. Les grandes entreprises répondent par des mesures monopolistiques, les petites entreprises par la recherche de créneaux.

## 1.4. Les sources de financement des PME

Le financement peut être défini comme le moyen qui permette aux PME de disposer des ressources qui lui sont nécessaires sur le plan pécuniaire. Ce financement conditionne la survie de la PME.

Les ressources de financement des PME sont les mêmes que celles des grandes entreprises (les ressources internes dont les entreprises disposent et les ressources externes auxquelles les entreprises font appel).

### 1.4.1. Financement interne

Le mode de financement le plus simple pour l'entreprise semble être l'utilisation de ses propres ressources liées aux profits antérieurs et à l'épargne qui s'en est dégagée. Comme l'entreprise ne se tourne pas vers l'extérieur pour financer ses investissements, on dit qu'il s'agit d'un financement interne et plus précisément d'autofinancement.

### 1.4.2. L'autofinancement

C'est un principe financier assez répandu selon lequel une entreprise devrait assurer son développement par l'autofinancement c'est-à-dire en finançant l'investissement par ses résultats passés mis en réserves.

En d'autre terme, l'autofinancement permet à l'entreprise de financer elle-même son activité, et plus précisément ses investissements.

En comptabilité de l'entreprise, l'autofinancement se calcule en ajoutant les bénéfices (après impôts) aux dotations des amortissements et en soustrayant les dividendes distribués aux actionnaires.<sup>1</sup>

### 1.4.3. Le financement externe (direct et indirect)

Si elles ne peuvent ou ne veulent pas faire appel au financement interne, les entreprises doivent trouver des capitaux pour financer leurs investissements. Elles vont emprunter ou bien émettre des titres financiers (action et obligation). Ce financement externe peut être, soit indirect (les entreprises passent par des intermédiaires, les banque par exemple, pour emprunter les capitaux nécessaires), soit direct (les entreprises s'adressant directement aux marchés financiers).<sup>2</sup>

### 1.4.4. Apport au financement des PME en Algérie

Ayant compris le rôle que peuvent jouer les petites et moyennes entreprises dans l'absorption du chômage et la création de la richesse, l'Etat algérien a engagé des politiques en faveur de ces entreprises en créant des institutions de soutien à la création et au développement des PME.

Ces agences sont censées apporter un appui important en termes d'accompagnement des promoteurs et de formalisation de leur activité. Il s'agit de l'ANDI, l'ANSEJ, CNAC et de l'ANGEM.

#### 1.4.4.1. Agence ANDI

L'agence nationale de développement de l'investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n°1-03 du 20/08/2001 relative au

---

<sup>1</sup> Pierre, Vernimmen. Finance d'entreprise. 14<sup>ème</sup> Ed, Dalloz, 2015, p23.

<sup>2</sup> Ibid. p 25.

développement de l'investissement. Le but principal de l'ANDI est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation de projets.

L'ANDI est chargé des missions suivantes :

L'enregistrement des investissements ;

- La promotion des investissements en Algérie et à l'étranger ;
- La promotion des opportunités et potentialités territoriales ;
- La facilitation de la pratique des affaires, du suivi de la constitution des sociétés et de la réalisation des projets ;
- L'assistance, l'aide et l'accompagnement des investisseurs
- L'information et la sensibilisation des milieux d'affaires
- La qualification des projets, leur évaluation et l'établissement de la convention d'investissement.

### **1.4.4.2. L'agence nationale pour le soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ)**

L'ANSEJ a été Créée en 1996, c'est le dispositif le plus important en Algérie et le plus sollicité. L'ANSEJ est un organisme doté d'une personnalité morale et d'une autonomie financière destinée au soutien et à l'emploi des jeunes chômeurs âgés entre 19 et 35 ans (quand le projet génère plus de 03 poste d'emplois y compris celui de gérant, l'âge limite pourra être porté à 40ans) en leur offrant des avantages fiscaux et financiers pour la création d'emplois.

Les principales missions de l'ANSEJ sont<sup>1</sup> :

- Mettre à la disposition des jeunes promoteurs toute information économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités.
- Développer des relations avec les différents partenaires du dispositif (banque, impôts, CNAS et CASNOS, etc.)
- Développer un partenariat intersectoriel pour l'identification des opportunités d'investissement –divers secteurs.
- Assurer une formation sur la technique de gestion de la micro-entreprise au profit des jeunes promoteurs.
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures pour la promotion de la création et l'extension d'activité.

---

<sup>1</sup> Www. Ansej.org.dz, consulté le 22-12-2019, à 10 :47.

## Chapitre I: Généralité sur les PME et entrepreneuriat

Le mode de financement de l'ANSEJ est de deux formes : financement triangulaire (prêt ANSEJ/apport personnel/ prêt bancaire) et financement mixte (apport personnel/ prêt ANSEJ) pour des projets d'investissement (création ou extension d'entreprise) ne dépassants pas dix (10) million de Dinars. Le prêt ANSEJ est à long terme et sans intérêts, le montant de l'apport personnel vari en fonction du montant du projet.

### 1.4.4.3. L'agence nationale de gestion du microcrédit (ANGEM)

L'agence nationale de gestion de micro crédit est créée en 2004 par le décret exécutif N°0414 du 22/01/2004. Elle vise toute personne âgée plus de 18 ans souhaitant développer une activité par l'achat de matières première ou par l'acquisition de petits équipements et de matière.

L'ANGEM finance la création et l'exploitation des petites entreprises avec deux programmes différents pouvant résumer dans le tableau ci-dessous

**Tableau N02** : les différents programmes de financement proposés par l'ANGEM

Programme de l'ANGEM	Montant	Type de financement	Crédit bancaire	Apport personnel	PNR ANGEM
Acquisition de petits matériels et MP de démarrage	1.000.000DA	Triangulaire	70%	05% 03% pour les régions du Sud	25% 27% pour les régions du Sud
L'achat de MP	100.000 DA 250.000 DA pour les régions du Sud	Mixte	Néant	10%	90%

**Source** : conception personnelle à partir des informations du site officiel de l'ANGEM

[www.angem.dz](http://www.angem.dz)

Le mode de financement de l'ANGEM est triangulaire. Il est destiné au financement de l'acquisition de petits matériels et matières premières pour le démarrage.

### 1.4.4.4. Agence CNAC

Le secteur algérien des assurances s'est enrichi d'un dispositif assurance chômage par le décret N°94-11 du 26 Mai 1994 en faveur des salariés qui ont perdu leur emploi de façon involontaire ou pour des raisons économiques

La caisse a pour mission de :

- Tenir à jour le fichier des affiliés et d'assurer le recouvrement, le contrôle et le contentieux du recouvrement et cotisations destinées au financement des prestations de l'assurance chômage ;
- Prendre en charge tous salariés qui rempli les conditions d'admission à l'assurance chômage ayant perdu involontairement son emploi pour cause de compression d'effectif ou de dissolution d'entreprise ;
- Aider et soutenir, avec les services publics de l'emploi et les administrations de la commune et de la wilaya, la réinsertion dans la vie active des chômeurs régulièrement admis au bénéfice des prestations de l'assurance chômage ;
- Prendre en charge les chômeurs ayant l'âge entre 30-50 ans pour la création d'activités ;
- Assister et soutenir les chômeurs promoteurs (30-50ans) jusqu'à la réalisation de leur projet de création d'activité ;
- Verser mensuellement des indemnités à tous les allocataires admis au régime de l'assurance chômage ;
- Gêner les prestations de services aux du risque qu'elle couvre ;

### Section 02 : Esprit d'entreprise et entrepreneuriat

La dynamique entrepreneuriale tend à favoriser la création et le développement des entreprises surtout les PME.

La réhabilitation de l'entrepreneur et de l'esprit entrepreneurial incarné dans le créateur d'entreprise, se fera dans les années 70, et s'intensifiera dans les années 80.

#### 2.1.L'esprit d'entreprendre et l'entrepreneuriat

Il n'est pas rare de rencontrer des individus désireux d'entreprendre sans savoir à partir de quelle idée d'affaire. La première étape à cette phase présente, à ce titre, les principales sources d'idées d'affaire.

L'idée est personnelle et peut survenir dans différentes circonstances de la vie, elle peut être stimulée, provoquée ou venir spontanément ou bien peuvent dériver d'une expérience,

intérêt et connaissances personnelle<sup>1</sup>, l'idée prend souvent la forme d'une intuition ou d'un désir qui approfondit et mûrit avec le temps. Cette idée peut trouver sa place ou pas dans un environnement donné, elle peut contribuer à créer plus ou moins de valeur.

Une bonne entreprise est créée à partir d'une bonne idée d'entreprise, pour que ce passage réussisse il faut que l'idée constitue les éléments de base suivant :

- **L'identification de besoin** : connaître les besoins de client est un facteur clé de réussir l'idée de l'entreprise.
- **Les produits et/ou services à mettre sur le marché** : L'idée d'entreprise doit se baser sur les produits que le futur entrepreneur connaît et maîtrise bien ou les services qu'il est à même d'offrir. Ceux-ci doivent être des produits ou services que les clients sont prêts à acheter.
- **Les clients ciblés** : le but de l'entrepreneur en créant son propre entreprise est de vendre au maximum ses produits, donc il faut y avoir assez de gens capables et prêts à les acheter, qui lui apportent de l'argent et réalise des profits.

### 2.1.1. Définition de l'esprit d'entreprise

Pour Pôles, « *l'entrepreneur ship ou l'esprit d'entreprise est un attribut personnel, c'est le goût ou le flair pour les affaires, le terme désigne également la propension des membres d'une région (ou des membres d'un groupe) à fonder des entreprises et à réussir en affaires* »<sup>2</sup>

P-A Julien, M Marchesnay (1996) définit ; « *l'esprit d'entreprise peut être défini comme l'aptitude d'un individu, d'un groupe social, d'une communauté à : prendre des risques pour engager des capitaux, ..., consistant à apporter quelque chose de neuf...* »<sup>3</sup>

### 2.1.2. Aperçu sur le phénomène entrepreneurial

La libération du champ économique a permis l'émergence d'un nombre important des entrepreneurs ainsi plusieurs économistes ont essayé de montrer la nécessité des actions à entreprendre à l'emploi comme le montre Schumpeter. J.

---

<sup>1</sup> ALAIN, Fayolle. *Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre*. Ed Dunod, 2004, p.87.

<sup>2</sup> AMGHAR M, « *Essai d'analyse la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire, cas de BBA, mémoire de magistère, université de Bejaia, 2009, p 16* .

<sup>3</sup> JULIAN .P-A, Marchesnay.M, (1996), « *l'entrepreneuriat* », Economica, Paris. P8

### 2.1.2.1. Définition de l'entrepreneuriat

L'entrepreneuriat est un phénomène divergent du fait qu'il touche tous les domaines de la vie économique et sociale etc. comme la création d'entreprises et l'attribution au développement économique. Pour cela, plusieurs auteurs de différentes spécialités ont proposé des définitions à ce concept, néanmoins son unanimité reste difficile à faire.

Selon Julien et Marchesnay, « entrepreneurship » désigne « *l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs cet état résulte de plusieurs facteurs, plus ou moins, complémentaires l'esprit d'entreprise, la création de l'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur<sup>1</sup>.* »

Selon T.Verstraet « *l'entrepreneuriat est un phénomène combinant un individu et une organisation. L'un se définit par rapport à l'autre et vis vers sa.*

*Ainsi, le terme entrepreneuriat décrit une relation symbiotique entre un entrepreneur et une organisation. Ainsi l'entrepreneur agit, structure et engage son environnement à des fins socioéconomique, son action induit du changement et conduit à une modification partielle d'un ordre existant<sup>2</sup>.* ».

### 2.1.2.2. Définition de l'entrepreneur

Les différentes définitions de l'entrepreneur nous permettent de retenir que l'entrepreneur est celui qui cherche à créer une organisation pour son compte pour ses fins socioéconomiques en accomplissant les fonctions suivantes : prendre le risque, de décision, innover et identifier l'intuitive de son affaire.

#### A. Les caractéristiques de l'entrepreneur

L'entrepreneur doit avoir quelques caractéristiques qui le distinguent des personnes ordinaires et devrait avoir des traits de personnalité exceptionnelle qui l'incitent à l'activité entrepreneuriale. Nous allons essayer de présenter les principales caractéristiques d'un entrepreneur en nous référant à la synthèse réalisée par certains auteurs.

---

<sup>1</sup> Julien p, Marchesnay M. l'entrepreneuriat. Ed, Economica, Paris, 1996, p.8.

<sup>2</sup> THIERRI, Verstraete. Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat. Édition EMS, 2000, p12.

### **B. Caractéristiques démographiques**

Certaines recherches se sont penchées sur le lien possible entre les caractéristiques démographiques d'un individu<sup>1</sup> comme le sexe, l'âge, l'ethnicité ou l'état civil et sa tendance à faire de l'entrepreneuriat son choix de carrière.

L'âge est, par exemple, généralement associé à un comportement plus conservateur poussant les individus à privilégier des objectifs de sécurité salariale et professionnelle. Le sexe peut contribuer à déterminer les opportunités d'emploi et d'accès aux réseaux professionnels d'un individu.

Les femmes qui se lancent dans une carrière d'indépendante, par exemple, seraient désavantagées par rapport aux hommes à cause de barrières liées à l'éducation, à la tolérance au risque et aussi à la pression familiale et à l'environnement professionnel.

### **C. Caractéristiques psychologiques**

D'autres études se sont intéressées à la personnalité des entrepreneurs celle-ci portent sur les caractéristiques psychologiques, A. Fayolle (2005) résume que l'entrepreneur a des caractéristiques psychologiques uniques qui le guident dans le processus entrepreneurial. Parmi celle-ci, nous notons principalement le besoin de réalisation, la prise de risque, l'esprit inventif. T. Verstraet ajoute la confiance en soi, le goût par la direction et la résolution de problèmes.

### **D. Besoin d'accomplissement**

Le besoin d'accomplissement peut se voir associé à une volonté de créer quelque chose de nouveau ou d'appliquer des connaissances acquises antérieurement. Un manager ayant acquis des compétences et un savoir-faire dans une structure professionnelle antérieure décide également de créer son affaire pour développer des applications et de prouver sa valeur personnelle afin de faire mieux que les autres.

La volonté d'être fier de sa profession, d'être satisfait de son travail peut se ranger de cette volonté d'accomplissement. Cela suppose qu'une personne préfère être le responsable des solutions de ses problèmes, au lieu de subir des commandes, « être son propre patron.<sup>2</sup> »

---

<sup>1</sup> FANCK, Jensen. *Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat*. 1<sup>ère</sup> Ed de groupe de Boeck, 2009, p.39.

<sup>2</sup> A. Fayolle. *Introduction à l'entrepreneuriat*. Ed Dunod, Paris, 2005, p.12.

A cet effet le besoin d'accomplissement est un élément indissociable des caractéristiques de l'entrepreneur.

### **E. La prise de risque**

La prise de risque est la probabilité ou la disposition d'un individu à prendre des risques, elle peut se révéler, dans le cas de création d'entreprise, dans le choix de poursuivre une idée d'affaire dont la probabilité de succès est faible. L'entrepreneur est celui qui supporte l'incertitude et assume le risque.

Selon Knight (Henri, Capron)<sup>1</sup>, la compétence entrepreneuriale se définit comme la capacité d'un individu à affronter l'incertitude liée à une entreprise. Le profit que retire l'entrepreneur est la récompense de sa prise de risque en situation d'incertitude.

### **F. L'esprit inventif**

Pour J-SCHUMPETTER(HERNANDEZ) « *l'entrepreneur est celui qui introduit et conduit l'innovation* »<sup>2</sup> et donc pour lui les individus capables d'innover méritent seuls l'appellation d'entrepreneur.

Le fondement de l'entrepreneuriat est l'innovation. Elle constitue l'introduction de nouvelles combinaisons des moyens de production dans le but d'assurer la pérennité et la survie de l'entreprise de petite et moyenne dimension. Selon A. Fayolle, la fonction d'innovation est donc importante et fait de l'entrepreneur un vecteur du développement économique. Les entrepreneurs doivent chercher les sources d'innovations, les changements et les informations pertinentes sur les opportunités créatrices<sup>3</sup>.

Et autres caractéristiques comme l'autonomie (l'indépendance), la confiance en soi (l'audace).

#### **2.1.2.3. Les différents types d'entrepreneurs**

Le comportement de l'entrepreneur n'a pas cessé de se transformer avec le temps. Les années 80 étaient caractérisées par une crise prolongée et un chômage élevé. Cette situation à donner naissance à trois types d'entrepreneurs : le traditionnel, le moderne et le futuriste.

---

<sup>1</sup> Henri, Capron. *Entrepreneuriat et création d'entreprise*. Ed de Boeck, 2009, p.18.

<sup>2</sup> HERNANDEZ, EM. *L'entrepreneuriat, approche théorique*. Ed l'harmattan, 2001, p.15

<sup>3</sup> A. Fayolle. *Introduction à l'entrepreneuriat*. Ed, Dunod, paris, 2005, p.19

L'analyse stratégique de petite entreprise nécessite une connaissance approfondie des comportements réels des preneurs de décision d'où l'importance de classer ces derniers en fonction de leurs différentes aptitudes à manifester cet esprit d'entreprise et le développement d'une typologie d'entrepreneurs.

Le nombre de typologies étant important, nous nous limitons à en présenter certaines qui nous paraissent mieux adaptées à l'analyse des entrepreneurs des PME<sup>1</sup>.

**Le premier type** serait le chef d'entreprise « **entrepreneur** » réunissant les qualités d'innovateur, de preneur de risque (investissement de ses capitaux personnels) et organisateur.

**Le second type** serait celui du chef d'entreprise « **innovateur** », l'innovation portant le plus souvent sur les produit et marché plus que sur les technologies et procédés.

**Le Troisième type** correspond à « **l'entrepreneur technicien** », faiblement innovateur, et gestionnaire recherchant une performance moyenne et stable.

**Le quatrième type** met l'accent sur les facultés d'organisateur. Il est appelé « **manager** » ou « professionnel ». Il recherche la reconnaissance de son potentiel en tant que bon gestionnaire en favorisant une expansion rapide de son entreprise.

### **Adam Smith identifié deux types d'entrepreneurs<sup>2</sup>**

**L'entrepreneur artisan** a un niveau relativement limitée, ancien ouvrier, fort de son expérience technique, il vise la connaissance et la maîtrise des machines et travaille dur ; ses activités sont souvent localisées dans des secteurs peu innovants.

**L'entrepreneur opportuniste** est plus scolarisé et mieux formé. Plus âgé, souvent ancien manager, il a des expériences de travail très variées. Il vise Avant tout la croissance de son entreprise.

JULIEN et MARCHESNAY, analysant la logique d'action de l'entrepreneur et ses aspirations socio-économique et partent du principe qu'il existe trois grande aspirations socio-économique chez l'entrepreneur : le désir d'indépendance, la croissance et la pérennité de l'entreprise.

Pour l'entrepreneur deux logiques d'action se dessinent:

---

<sup>1</sup> P.A, Julien. PME, bilan est perspective. Ed marquis, janvier 1994, p.145.

<sup>2</sup> ALDJIA, Boukrou. Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME Cas : PME dans Tizi-Ouzou. Mémoire de magister en sciences économiques. Université MOULOUD Mammeri, 2011.p.49.

**L'entrepreneur PIC (Pérennité, Indépendance, Croissance) :** dont les comportements dominants sont analogues à ceux de l'entrepreneur artisan. Le développement de l'entreprise est soumis aux conditions de pérennisation et d'indépendance, c'est-à-dire à la capacité de l'entrepreneur et de sa famille à créer des richesses qui seront réinvesties dans l'affaire.

La vie de l'entrepreneur se caractérise par la Croissance, Autonomie, Pérennité) : est l'affaire des opportunités offertes par les turbulences de l'environnement pour y trouver des occasions de lancer et /ou développer des affaires rentables. L'attrait du jeu, la réalisation personnelle, plus que la recherche du cadre et des conditions les plus sécurisantes semblent les ressorts entrepreneuriaux principaux.

### - Les concepts d'entrepreneur et de propriété-dirigeant

Le problème d'identification du concept « entrepreneur » provient du fait qu'il n'existe pas une définition standardisée, universellement acceptée de l'entrepreneuriat ni de l'entrepreneur.

Il est certain qu'une PME peut avoir plusieurs types de propriété-dirigeant ; et certain dirigeant sont plus entrepreneuriaux que d'autres. Pour se qualifier comme entrepreneur, un propriété-dirigeant d'entreprise devait avoir apporté au moins une innovation importante : soit un nouveau produit, soit la conquête d'un nouveau marché, soit la conclusion d'une alliance qui rendre accessible un nouveau produit ou un nouveau à l'entreprise, soit l'introduction de façon faire nouvelle et différente. Il est important donc de faire une distinction entre un propriété-dirigeant de PME et un entrepreneur (Filion, 1999, Verstraete ; Fayolle, 2005). Plusieurs propriétés-dirigeants de PME qui réussissent pourtant très bien ne sont pas pour autant des entrepreneurs .Plusieurs le sont car ils ont crée l'entreprise (Fillion ,2001 ; Fayolle, 2003 ; Verstraete et sapporta, 2006)<sup>1</sup>.

L'entrepreneur crée souvent sa propre affaire, mais tout entrepreneur n'est pas nécessairement le créateur de son entreprise. En effet, la PME est généralement dirigée par un homme qui engagé une partie importante de son patrimoine propre ou familiale dans l'entreprise.

---

<sup>1</sup> Louis-Jacques-Filion. Management des PME - De la création à la croissance, Pearson Education, 2007, p.5

### Section 03 : Politique d'entrepreneuriat et création des PME en Algérie

En Algérie, la nouvelle forme de développement se tourne vers la création d'entreprises privées particulièrement les PME qui sont considérées comme un vecteur de croissance, un générateur d'emploi et un moteur de progrès socio-économique.

#### 3.1.Évolution de PME en Algérie

L'Algérie a connue une mutation économique très importante, en raison du passage de l'économie administrée à l'économie du marché. Grâce aux réformes amorcées en 1989, les PME, en particulier celles du secteur privé ont fait leur apparition dans l'économie algérienne.

La récession économique des années 80 due essentiellement à la chute des prix de pétrole et la montée de la contestation sociale, ont poussé les pouvoirs publics algériens à se lancer dans un long processus de réformes économiques visant à libéraliser l'économie du pays, en se tournant d'avantage au secteur privé. Le tableau suivant permet de chiffrer l'évolution de cette entité, qui constitue la forme d'organisation d'entreprise la plus répandue au monde, aussi bien dans les économies développées, émergent ou en voie de développement.

Tableau n° 03: Le nombre de PME en Algérie fin 2019

Type des PME	Nombre de PME	Nombre
TPE	(effectif de moins de 10 salariés)	1136787 97
PE	(effectif entre 10 et 49 salariés)	30471 2,6
ME	(effectif entre 50 et 249 salariés)	4688 0,4
<b>Total</b>		<b>1171945 100</b>

Source : Bulletin d'information, Statistique de la PME, N°35, novembre 2019, p 9.

D'après le tableau ci-dessus le nombre des très petites entreprises est le plus élevé avec un nombre total de 113 678 7 97 en 2019 sur un total PME de 1 171 945 100.

**Tableau N°04:** L'évolution de pme selon le secteur d'activité

Secteur d'activité	PME privées	PME publiques	Total	Part en (%)
Agriculture	7275	93	7368	1,12
Hydrocarbure, énergie, mines et services liés	3032	3	3035	0,46
BTPH	188275	15	188290	28,54
Industrie manufacturés	102055	73	102128	15,48
Services	358936	60	358996	54,41
<b>Total général</b>	659573	244	659817	100,00

Source : Bulletin d'information, Statistique de la PME, N°35, novembre 2019, p 9.

Pour la fin 2019, le nombre de PME a évolué dans tous les secteurs d'activité, le nombre d'entreprises privées est passé de 628219 en 2018 à 659573 fin 2019<sup>1</sup>, et pour ce qui est des entreprises publiques, elles ont connu une diminution de 18 entreprises, passant de 262 entreprises en 2018 à 244 entreprises en 2019.

Les PME publiques représentent une part minime dans la population globale des PME. Leur nombre est de 244 PME durant le 1er semestre 2019 contre 262 durant le premier semestre 2018 soit un recul de 6,87%. Cette baisse est due essentiellement à la restructuration de certains portefeuilles du Secteur Public Marchand (SPM). Leur effectif a diminué de 22073 en 1er semestre 2018 à 20 955 salariés au 1er semestre 2019.

### 3.2.La place et le rôle des PME dans l'économie algérienne

Les PME occupent, depuis deux décennies une place prépondérante dans le système économique et social. Elles jouent un rôle essentiel et leurs succès à une incidence directe sur la santé de l'économie et la société algérienne, puisqu'elles sont le vecteur de la création d'emplois, de la valeur ajoutée et de la croissance économique, par la flexibilité de leurs structures et leur capacité à s'adapter rapidement au changement de l'environnement

Les PME ont réalisés un progrès considérable ces dernières années, ce dont témoigne la progression régulière de sa part dans les principaux indicateurs économiques, tels que le produit intérieur brut(PIB) et les créations d'emplois.

<sup>1</sup> Bulletin d'information, Statistique de la PME, N°35, novembre 2019, p 9.

## Chapitre I: Généralité sur les PME et entrepreneuriat

Comme nous l'avons souligné précédemment, les PME jouent un rôle prépondérant dans la création de la valeur ajoutée, qui mesure la production créée et vendue par une entreprise. La valeur ajoutée à l'échelle nationale est désignée par le PIB algérien, qui est pour l'essentiel la somme des valeurs ajoutées de l'ensemble des entreprises dans différents secteurs implantés sur le territoire national.

### 3.2.1. Contribution de la PME à la création de l'emploi

L'absorption du chômage a donc bien été considérée comme le but visé par tous les efforts de développement en Algérie depuis l'indépendance, et cela grâce au nombre de ces entreprises ainsi qu'à leur disposition dans différentes régions du pays. Le tableau ci-après récapitule l'évolution de l'emploi.

**Tableau N°05** : évolution des emplois par types de PME

Types de PME	Année 2015		Année 2016		Evolution en (%)
	Nombre	Part(%)	Nombre	Part (%)	
PME privées					
Salariés	1393256	58,75	1489443	58,62	6,90
Employeurs	934037	39,40	1022231	40,23	9,44
Total	2327293	98,16	2511674	98,86	7,92
PME publiques	43727	1,84	29024	1,14	-33,62
Total	2371020	100	25440698	100	7,16

**Source** : bulletin d'information statistique de ministère de l'industrie et des mines N°30 édition mai 2017.

### 3.2.2. La contribution de la PME à la création de la richesse

Les PME jouent un rôle très important dans la création des richesses et cela peut être apprécié dans leur contribution au PIB.

Le tableau suivant nous informe sur l'évolution du PIB par secteur juridique hors hydrocarbure durant la période (2009-2013).

**Tableau N°06:** évolution du PIB par secteur HH (2009-2013)

Secteur juridique	2009		2010		2011		2012		2013	
	Valeur	(%)	valeur	(%)	valeur	(%)	Valeur	(%)	Valeur	(%)
Part de public dans le PIB	816,8	16,41	82,53	15,02	923,34	15,23	793,38	12,01	893,24	14,7
Part de privé dans le PIB	4162,02	83,59	4681,68	84,98	5137,46	84,77	5813,02	87,99	6741,19	88,3
Total	4978,82	100	5509,21	100	6060,8	100	6606,404	100	7634,43	100

**Source :** bulletins d'informations statistiques de ministères de l'industrie et des mines N°26 édition avril 2015.

### **3.3.La promotion des PME en Algérie**

L'Algérie s'oriente vers une nouvelle organisation ayant pour pierre angulaire la création et le développement des petites et moyennes entreprises. Cette fois, la stratégie de développement est basée sur la promotion de l'entrepreneuriat privé par la multiplication des PME/TPE. Il a été institué une agence nationale pour la promotion et le suivi de l'investissement (APSI), une agence publique chargée de l'assistance de localisation et de promotion des investissements (CALPI). Ces derniers ont été mis en place à l'échelle locale en vue d'assister les investisseurs dans le domaine foncier. Le dispositif créé n'a toutefois pas contribué à la relance de l'investissement privé. Le constat de carence a débouché sur la révision du dispositif institutionnel mis en place à travers la promulgation, en 2001, de deux textes législatifs fondamentaux : l'ordonnance relative au développement de l'investissement.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ordonnance n°01-03 du 20/08/2001, la loi n°01-18 du 12 décembre 2001, portant l'orientation et la promotion de la PME.

La loi d'orientation sur la promotion de l'entrepreneuriat privé promulgue des dispositions générales dont les principes fondamentaux définissent les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la petite et moyenne entreprise.

Les pouvoirs publics ont mobilisé divers moyens à savoir :

- Création d'un fonds de garantie des prêts bancaires accordés aux PME ;
- Création du fonds d'appui à l'investissement ;
- Création de la caisse de garantie des crédits d'investissement ;
- Création du fonds de promotion de la compétitivité industrielle ;
- Mise en place du programme national de mise à niveau des PME face aux exigences du libre-échange et la mise en œuvre des accords d'association avec l'Union européenne ;
- Mise en œuvre des programmes de micro-entreprises et du microcrédit et un fonds de garantie des risques liés aux microcrédits.

### **3.3.1. Les mesures d'appui et de soutien à l'innovation dans les PME en Algérie**

Le programme de soutien et de promotion de la PME/PMI est piloté par le Ministère de la PME et de l'artisanat. La mesure phare de ce programme a été la promulgation, en décembre 2001, de la loi d'orientation de la promotion de la PME/PMI. Cette loi fixe les mesures d'aide et de soutien à la promotion de la PME, ainsi que des mesures d'aide aux PME innovantes. Ces dernières sont diverses et multiples. Nous citerons, à titre d'exemple, la création des réseaux régionaux de la recherche-innovation, l'élaboration des supports documentaires tels que les cahiers de charge national et l'annuaire des compétences des PME innovantes, la formation des managers des PME, la formation du personnel chargé de l'innovation et de l'organisation des concours nationaux.

Cette loi prévoit l'établissement de centres de facilitation des diverses procédures de création, information, orientation et accompagnement des entreprises, l'édification d'un système d'information permanent, la constitution de pépinières d'entreprises PME, l'élaboration de la carte d'implantation des PME, la création de l'observatoire de l'innovation, la création et le renforcement des centres techniques et la mise en place d'un fonds de garantie de crédits (FGAR).

### 3.3.2. Le programme MEDI

Parallèlement et dans le cadre du programme MEDA1, le processus de mise en place d'un fonds de garantie de mise à niveau (FOGAM) a reçu une dotation initiale de 22 millions d'euros. Les textes d'application (décret exécutif) ont été publiés deux années plus tard. Il s'agit du décret du 25 février 2003 portant statut-type des pépinières d'entreprises, de celui concernant les centres de facilitation des PME, de celui portant sur le fonctionnement du Conseil national exécutif pour la promotion de la compétitivité et enfin de celui fixant les attributions du Ministère des PME et de l'artisanat.

Le travail de soutien et de promotion de la PME se fait aussi en coopération avec des intervenants étrangers, soit dans le cadre multilatéral soit dans un cadre bilatéral. Les partenaires du Ministère des PME et de l'artisanat dans les programmes d'appui au développement de la PME sont :

- L'ONUDI (Organisation des Nations Unies pour le développement industriel) dont le programme porte essentiellement sur la mise à niveau, l'appui financier au FGAR et l'appui institutionnel au profit du Conseil national consultatif pour la promotion de la PME,
- L'agence française de développement (AFD) dont l'activité de coopération porte sur la création d'une société de leasing et l'ouverture d'une ligne de crédit et d'appui aux PME exportatrices.

La Banque mondiale, par la SFI interposée, intervient dans un programme qui vise à renforcer les capacités de l'organisation professionnelle, l'assistance technique au conseil consultatif PME et le développement de nouveaux instruments financiers.

### Conclusion

Les petites et moyennes entreprises n'ont pas une définition universelle, Il existe une multitude de définitions de cette catégorie d'entreprises à travers le monde. Cependant, l'intérêt des PME depuis les années 70 est le même dans toutes les économies ; leurs poids est considérable car elles représentent la plus grande part des entreprises et participent à la création des richesses et de l'emploi.

Une PME est structurée, dirigée, organisée et contrôlée pour atteindre l'objectif ou les objectifs mis en place par le dirigeant. Elle est caractérisée par une gestion de proximité, une structure simple, un système d'information peu formalisé et une faible spécialisation due à leur petite taille et leur simplicité organisationnelle.

En Algérie, ce type d'entreprises (PME) joue un rôle important dans la vie économique ; elle est considérée comme une cellule de richesse, une source de satisfaction des besoins économiques et sociaux en matière de croissance économique et d'absorption de chômage.

**Chapitre II : L'entrepreneuriat  
touristique en Algérie : état des lieux**

### Introduction du chapitre

Comprendre le cadre conceptuel de l'entrepreneuriat touristique et les mécanismes de son soutien afin d'améliorer la compétitivité du tissu entrepreneurial d'une part et le développement du secteur du tourisme d'autre part est l'un des sujets qui préoccupent l'état algérien.

À cet effet, les acteurs concernés (gouvernement, collectivités locales, et directions chargées du tourisme) mobilisent plusieurs moyens pour encourager les énergies entrepreneuriales à participer à un tourisme compétitif durable.

Après avoir évoqué les aspects théoriques et conceptuels relatifs à l'entrepreneuriat, nous allons étudier dans ce deuxième chapitre la politique promotionnelle de l'Algérie en termes de tourisme.

### Section 01: Tourisme en Algérie

Au sein d'un Bassin méditerranéen profondément attractif, l'Algérie comptabilise près de 1,5 millions d'arrivées touristiques chaque année (internationales, dont algériens résidant à l'étranger et européens d'origine algérienne). Ce chiffre représente seulement 1% des arrivées touristiques internationales sur la zone méditerranéenne.

La diversité du territoire algérien et la richesse de ses patrimoines (naturel, culturel, humain) constituent pourtant des potentialités indéniables, sur lesquels le pays peut faire reposer son développement touristique. Conditions nécessaires, elles ne sont cependant pas suffisantes, et doivent s'accompagner d'efforts considérables en matière de développement d'infrastructures et de services nombreux et de qualité.

#### 1.1. Promotion du tourisme en Algérie

En février 1998, l'Agence Nationale de Développement Touristique (ANDT) est créée, chargée de la mise en œuvre de la politique nationale de développement touristique.

En effet, la dégradation de la situation sécuritaire a annihilé l'impact des premières mesures entreprises par les pouvoirs publics et les indicateurs d'activité du tourisme ont été fortement détériorés. Les infrastructures d'hébergement n'ont pas connu de développement notable, malgré les mesures réglementaires mises en œuvre en faveur de l'investissement touristique.

Le secteur du tourisme algérien est riche et diversifié. Il dispose d'un patrimoine foncier de 225 Zones d'Expansions et Sites Touristiques (ZEST) elles occupent une surface de 56 120 hectares, repartis sur les territoires nationaux comme suit :<sup>1</sup>

- 157 ZEST balnéaires.
- 40 ZEST sahariennes.
- 28 ZEST thermales

L'aménagement et la gestion d'une zone d'expansion et d'un site touristique doivent intervenir conformément aux prescriptions du plan d'aménagement touristique élaboré par l'administration chargée du tourisme dans un cadre concerté, et approuvé par voie réglementaire.

---

<sup>1</sup> Le tourisme, un impératif national d'avenir, guide pratique, juin 2018, p 13.

**1.1.1. Le soutien aux entreprises de gestion touristique**

Les pouvoirs publics comptent promouvoir le tourisme local par le biais notamment de l'Office national algérien du tourisme (ONAT) et les Entreprises de gestion touristique (EGT), en attendant que l'Algérie soit prête à accueillir des touristes étrangers en nombre important.

Dans ce sens, des conventions de coopération sont ou seront signées entre l'ONAT et les entreprises de gestion touristiques publiques ou privées à travers le territoire national.

**Tableau n° 07** : Nombre d'établissements hôteliers en Algérie en 2019

Vocation	Nombre des établissements hôteliers	Capacités en lits
Urbaine	949	69861
Balnéaire	239	31326
Saharienne	59	4928
Thermale	23	4266
Climatique	19	1883
<b>TOTAL</b>	<b>1289</b>	<b>112264</b>

**Source** : Etabli par nos soins, à partir des données de l'ONS, 2019.

Selon les statistiques dressées dans le tableau ci-dessus, le nombre d'établissements hôteliers en Algérie sont très minimes, vu la spécificité du pays (pays à vocation touristique), le pays se dote seulement de 949 établissements urbains, 239 balnéaire., et ceux situés dans les zones saharienne ou thermale reste très modestes.

**Répartition par secteur** :

**Tableau n° 08**: nombre d'établissement hôtelier par secteur

Secteur	Nombre des établissements hôteliers	Capacités en lits
Public	65	18613
Privé	1162	87145
Collectivité locale	54	3134
Mixte	08	3372
<b>TOTAL</b>	<b>1289</b>	<b>112264</b>

**Source** : Etabli par nos soins, à partir des données collectées au niveau de la direction du tourisme et de » l'artisanat de Tizi-Ouzou, 2020.

## Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : Etat des lieux

- Répartition par catégorie de classement :

**Tableau n° 09:** nombre d'établissement hôtelier par catégorie de classement

Classement	Nombre des Etablissements Hôteliers	Nombre de lits
Hôtel 5*	13	6734
Hôtel4*	23	4508
Hôtel3*	59	5678
Hôtel2*	48	4565
Hôtel 1*	159	11335
Hôtel Sans étoile	160	8533
Résidence 2*	02	384
Résidence 1*	01	313
Motel/Relais 2*	02	93
Motel/Relais 1*	01	30
Auberge 2*	01	16
Auberge 1*	01	20
Villages de vacances 3*	01	274
Meublé du tourisme (Catégorie unique)	05	91
Pension (Catégorie unique)	10	426
Gite d'étapes (catégorie unique)	06	170
Autres structure destinées à l'hôtellerie	196	9381
<b>Total des établissements classés</b>	<b>688</b>	<b>52551</b>
<b>Etablissements hôteliers en cours de classement</b>	<b>601</b>	<b>59713</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1289</b>	<b>112264</b>

Source : Données collectées au niveau de la direction du tourisme et de » l'artisanat de Tizi-Ouzou, 2020.

En termes de classification et de qualité de service, la majorité de ces établissements hôteliers sont de la catégorie de sans étoiles avec un nombre de 160 hôtels. Ce qui explique le retards causé en termes se servi ces touristique en qualité et en quantité.

**Tableau n°10: Agences de tourisme et de voyages (ATV) fin 2017**

Désignation		Année 2016	Année 2017
<b>Nombre d'ATV en activité (chiffre cumulé)</b>		<b>2 041</b>	<b>2220</b>
<b>Nombre d'ATV catégorie « A »*</b>		552	1918
<b>Nombre d'ATV catégorie « B »*</b>		1 202	
<b>Nombre de succursale catégorie « A »*</b>		129	302
<b>Nombre de succursales catégorie « B »*</b>		158	
<b>Nombre de sessions de la Commission Nationale d'agrément des ATV</b>		10	12
<b>Nombre des dossiers examinés par la commission nationale</b>	<b>Nombre de nouvelles demandes</b>	1 099	840
	<b>Nombre de dossiers relatif aux changements opérés au sein des ATV agréées</b>		780
<b>Nombre d'accords définitifs</b>		188	199
<b>Nombre d'accords de principe</b>		534	902
<b>Nombre d'ajournements</b>		120	89
<b>Nombre de retraits d'accord de principe</b>		26	67
<b>Nombre de retraits d'agrément</b>		14	20
<b>Retrait provisoire</b>		04	5
<b>Nombre de dossiers rejetés</b>		213	338

**Source :** Etabli par nos soins, à partir des données collectées au niveau de la direction du tourisme et de » l'artisanat de Tizi-Ouzou, 2020.

Il faut noter que des modifications ont été opérées suite à l'apparition du décret exécutif n°17-161 du 15 mai 2017 fixant les conditions de création et les modalités d'exploitation d'AT.

Implication des opérateurs dans le tourisme, dans :

- Promotion de l'offre touristique nationale ;
- Amélioration de la qualité des prestations touristiques ;
- Diversification des activités touristiques ;
- Contribution à la mise en œuvre du plan de communication dédié à la saison estivale
- Présentation d'une offre de vente attractive ;
- Elaboration d'un programme d'animation riche et diversifié ;
- Proposition de formules pour familles activités pour enfants ;
- Proposition de tarifs promotionnels.

### 1.2. Les mesures incitatives à l'investissement touristique

Ces mesures consistent à encourager l'investissement dans le secteur touristique, elles s'agissent de l'accès au foncier, des avantages fiscaux, facilités bancaires, et autres :

#### 1.2.1. Avantages liés à l'accès au foncier :

Les modalités d'accès à la concession ont été allégées par la loi de finances complémentaire de 2011 par le mode de gré à gré.

Les modalités de concession sont les suivantes :<sup>1</sup>

- La redevance locative annuelle est fixée par les services des Domaines, territorialement compétents, et correspondant à 1/20e de la valeur vénale du terrain concédé.
- Un abattement sur le montant de la redevance locative est fixé comme suit :
  - 90% pendant la période de réalisation de l'investissement pouvant s'étaler d'une (1) année à trois (03) années.
  - 50% pendant la période d'exploitation pouvant s'étaler d'une (01) année à trois (03) années.
  - Au dinar symbolique le mètre carré (m2) pendant une période de dix (10) années et 50 % du montant de la redevance domaniale au-delà de cette période pour des projets d'investissement implantés dans les wilayas ayant servis pour l'exécution de programmes du Sud et des Hauts-Plateaux.

---

<sup>1</sup> <http://www.andi.dz/index.php/fr/le-foncier-lie-a-l-investissement>, consulté le 19/02/2020, à 11 :44.

- Au dinar symbolique le mètre carré (m<sup>2</sup>) pendant une période de quinze (15) années et 50 % du montant de la redevance domaniale au-delà de cette période, pour des projets d'investissement implantés dans les wilayas du Grand Sud (LFC 2009).

### 1.2.2. Avantages fiscaux et parafiscaux accordés par ANDI

Tout projet d'investissement peut bénéficier des avantages prévus par l'ordonnance 01-03 relative au développement de l'investissement.

Pour ce faire, l'investisseur doit renseigner une déclaration d'investissement, disponible auprès des guichets uniques décentralisés de l'ANDI (GUD) et téléchargeable à partir du site web de l'ANDI : [www.andi.dz](http://www.andi.dz)

Les avantages octroyés par l'ANDI sont :

#### 1.2.2.1. Régime général

En phase de réalisation, un projet d'investissement bénéficie des avantages suivants :

- La franchise de TVA sur les biens et services non exclus,
- L'exonération des droits de douanes sur les équipements importés non exclus,
- L'exonération du droit de mutation sur les acquisitions immobilières.

#### 1.2.2.2. Régime dérogatoire

- En phase de réalisation (03 ans), un projet d'investissement bénéficie des avantages suivants :
- La franchise de TVA sur les biens et services non exclus,
- L'exonération des droits de douanes sur les équipements importés non exclus,
- L'exonération du droit de mutation sur les acquisitions immobilières,
- Le droit d'enregistrement deux pour mille.<sup>1</sup>

#### 1.2.2.3. Accès au prêt bancaire

Le ministère du tourisme et de l'artisanat est en relation avec les établissements financiers et bancaires et avec les organismes de garantie disposés à accorder des conditions avantageuses en vue de financer :

- Le programme d'investissement et de développement des entreprises du secteur du tourisme et de leurs besoins de fonctionnement,

---

<sup>1</sup> [www.andi.dz](http://www.andi.dz), consulté le 19/02/2020, à 12 :34.

## Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : Etat des lieux

---

- Les opérations de mise à niveau et de réhabilitation des structures hôtelières, de faciliter l'accès au crédit et en assurer sa garantie.

Les banques et établissements financiers conventionnés avec le ministère du Tourisme et de l'Artisanat sont :

- Le Crédit Populaire d'Algérie, CPA ;
- La Banque de Développement Local, BDL ;
- La Caisse Nationale de l'Épargne et de Prévoyance, CNEP ;
- La Banque de l'Agriculture et du Développement Rural, BADR ;
- Le Fonds de Garantie des Crédits aux PME;
- SPA El Djazair Istithmar.

L'intervention des banques peut aller au-delà de 60% pour des projets à envergure et complexité particulières. Le délai de remboursement ainsi que la période du différé seront adaptés pour des projets d'envergure et complexité particulières.

La durée du traitement des dossiers ne saurait dépasser :

- 40 jours pour les crédits d'investissement.
- 30 jours pour les crédits d'exploitation.

Avec la possibilité du renforcement des fonds propres d'investissement pour accéder aux financements bancaires avec la collaboration de la société El Djazair Istithmar.

### • **Fonds d'investissement de wilaya**

Les Fonds d'Investissement de wilaya ont pour mission de faciliter l'accès des PME au financement par des prises de participation dans le capital.

Conformément à l'article 100 de la loi de finances complémentaire de 2009, les pouvoirs publics ont créé 48 fonds d'investissement dans toutes les wilayas du pays.

Actuellement, six (06) sociétés ont été créées, dont quatre (04) sont déjà opérationnelles :

- EL DJAZAIR ISTITHMAR : Capital détenu à 70% par la BADR et 30% par la CNEP Banque.
- SOFINANCE : Société créée par les cinq (05) banques publiques.
- FINALEP : Société mixte algéro-européenne.
-

- **Taux de bonification appliqué au crédit bancaire**

Les investissements touristiques à réaliser au niveau des wilayas du Nord et celles du Sud bénéficient respectivement d'une bonification de 3% et de 4,5% des taux d'intérêt applicables aux prêts bancaires (LFC 2009).

### 1.3. Les actions de promotion du tourisme en Algérie

Parmi ces actions, nous relèverons : l'extension des campings pilotes et l'aménagement de deux ou trois zones pilotes d'expansion touristique pour servir de modèle à des actions plus importantes de la part de l'État, des collectivités locales et du secteur privé. De même quatre entreprises de gestion « EG » - spécialisées par type de tourisme à développer - ont été créées pendant le début des années 80. Il s'agit de :

- La Société algérienne du tourisme (ALTOUR) spécialisée dans le tourisme balnéaire et saharien.
- La Société algérienne de l'hôtellerie urbaine : SNHU spécialisée dans le tourisme d'affaires.
- La Société algérienne du thermalisme (SONATHERM) spécialisée dans le tourisme climatique et thermal.
- L'organisme national des congrès et conférences (ONCC) qui devait jouer un rôle important dans cette nouvelle forme de tourisme, en pleine expansion au niveau international, qui est l'organisation des MICE (*meetings, inventives, conventions and exhibitions*).

Les collectivités locales recommandent une nouvelle fois l'élaboration d'un schéma directeur national d'aménagement touristique (premier SDAT), l'actualisation du bilan thermal, les études rationalisées des hôtels, des relais et des campings à mettre à la disposition des collectivités locales à titre d'assistance. Sur les 3,4 milliards de dinars alloués au secteur en 1980, un montant de 1,8 milliard devait couvrir les investissements des nouvelles actions.

La vision globale nécessaire à une gestion interne cohérente à mettre en relation avec le marché touristique international a pratiquement disparue, puisque les nouvelles EGT ne sont plus spécialisées par activité ou par catégorie de tourisme mais selon des compétences définies par un découpage territorial administratif.

Pour le deuxième PQ (1985-1989), un ministère de la culture et du tourisme est créé en 1985, réorganisé en 1988, puis remplacé en 1989. Le secteur s'est également doté, en 1988, d'une nouvelle structure : l'Office National du Tourisme (ONT) dont la mission est d'élaborer

et proposer la politique de développement du tourisme, du thermalisme et du climatisme et d'en organiser la mise en œuvre. L'office est également chargé de réaliser ou de faire réaliser les études générales de détermination des zones d'expansion touristique (ZET) dans le cadre du plan national d'aménagement du territoire. La création de l'office est venue comme une réponse à un constat négatif en matière de politique touristique. Celle-ci devait être « l'organe politique du gouvernement, une direction du secteur et l'instrument de dynamisation des activités de soutien aux entreprises publiques et privées en vue de promouvoir l'investissement touristique et le développement des zones touristiques ». Créé en 1988, l'ONT n'a réellement été mis en œuvre qu'en 1990 par un secrétariat d'État au tourisme.

La troisième réorganisation s'est faite dans le cadre de la restructuration des différents ministères en mai 1985. Le ministère du tourisme est devenu ministère de la culture et du tourisme. Ses structures ont subi un réajustement selon le nouveau découpage territorial de 1984. Quelques-unes d'entre elles ont également été regroupées en entreprises régionales. Pour la période 1990-2000, l'Algérie entre dans une phase de transition vers l'économie de marché, les pouvoirs publics ont recentré la politique touristique essentiellement sur l'émergence d'un cadre juridique inhérent au développement de l'investissement privé.

C'est au cours de cette période que les réformes politiques ont introduit de profonds changements sur le plan économique, quatre éléments importants caractérisent ces réformes :

- L'autonomie des entreprises publiques qui se conforment aux règles du marché.
- La possibilité offerte au capital étranger d'investissement en Algérie, soit dans le cadre du partenariat soit sous forme d'investissement direct (IDE).
- La refonte de l'arsenal des textes juridiques et réglementaires régissant l'investissement économique et le commerce extérieur.
- Le désengagement de l'État en matière d'investissement en faveur de l'initiative privée.

La décennie 1990 est marquée par la mise en place des structures de gestion, d'organisation et d'encadrement du secteur du tourisme :

- La mise en œuvre de l'ONT en 21 février 1990, chargé d'adopter une politique touristique ;
- Dans le cadre du décret n°85-119 du 21 mai 1985 déterminant les missions générales des structures et des organes de l'administration centrale des ministères.
- Selon le décret n°85-129 du 21 mai 1985 portant organisation de l'administration centrale du ministère de la culture et du tourisme. L'intégration de la culture dans

les prérogatives du ministère du tourisme s'est d'ailleurs fait en mai 1984. (Décret n°84-125 du 19 mai 1984).

### Section 02 : Programmes de promotion du tourisme en Algérie

Afin d'harmoniser les enjeux du développement touristique et de l'aménagement du territoire, aussi bien à l'échelle nationale que locale, l'Algérie a défini, avec l'ensemble de ses partenaires publics et privés, les grandes orientations stratégiques des prochaines années, à travers l'élaboration des programmes de promotion et de développement du tourisme.

#### 2.1. L'aménagement touristique en Algérie

##### 2.1.1. Définition d'aménagement touristique

L'aménagement touristique est la valorisation des ressources naturelles, humaines, culturelles et économique d'un territoire à travers une politique de développement touristique, concrétisée en partie, grâce à un plan d'aménagement considérant les différents composants du marché touristique.<sup>1</sup>

Selon DRYFEUS-SIGNOLES Catherine : « L'aménagement touristique suppose de réussir l'intégration d'un ou plusieurs équipements (Hôtel, parcs...) à leur environnement, et pour se faire de les accompagner de toute une série de mesures, non directement touristique mais utiles ou nécessaires à un meilleur fonctionnement de l'ensemble des équipements réalisés ».<sup>2</sup>

##### 2.1.2. Les instruments d'aménagement touristique en Algérie

Ces instruments sont le cadre stratégique de référence pour la politique du tourisme de l'Algérie, dont les objectifs principaux se déclinent comme suit :

- La valorisation de la Destination Algérie ;
- La mise en place d'un Plan Qualité Tourisme (PQT),
- Le développement et la qualification de l'offre par l'investissement dans les pôles et villages touristiques d'excellence ;
- Le plan partenariat public-privé pour conforter la chaîne touristique ;
- La mobilisation de financement.

---

<sup>1</sup>BEAUDET. G, Nadeau. R, CAZELAIS, L'espace touristique, revue Géocarrefour, vol 2, n° 74, 1999, p 94.

<sup>2</sup>DRYFEUS-SIGNOLES Catherine : « l'espace touristique », ED BREAL, PARIS 2002, p14.

### **2.1.2.1. Le Plan Qualité Tourisme Algérie (PQTA)**

Conformément au Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique, SDAT, et en vue de garantir une qualité aux établissements hôteliers futurs, l'investisseur peut adhérer au Plan Qualité Tourisme Algérie par la signature d'un contrat de performance avec le ministère chargé du Tourisme.

Les actions de modernisation des établissements touristiques et hôteliers à réaliser au niveau des wilayas du Nord et celles du Sud engagées dans le cadre du Plan Qualité Tourisme bénéficient respectivement d'une bonification de 3% et de 4,5% des taux d'intérêt applicables aux prêts bancaires (LFC 2009).

De même, les acquisitions d'équipements et d'ameublement, non produits localement selon les standards hôteliers et rentrant dans le cadre des opérations de modernisation et de mise à niveau des établissements hôteliers, bénéficient du taux réduit de droit de douane pour une période temporaire fixée jusqu'au 31 décembre 2014 (LFC 2009).

### **2.1.2.2. Schéma National d'Aménagement du Territoire**

Cet objectif s'inscrit dans le cadre d'une politique globale d'aménagement du territoire qui s'est traduite par l'adoption d'un cadre stratégique de référence et d'une vision à l'horizon 2030, à travers la mise en place d'un Schéma National d'Aménagement du Territoire, institué par Loi n° 01-20 du 29 juin 2010, portant approbation du SNAT

Ce schéma vise d'assurer un équilibre de localisation de la population et des activités sur l'ensemble du pays ainsi que la mise en attractivité des territoires.

Il s'appuie en particulier sur l'organisation des espaces de programmation territoriale, sur l'émergence des pôles d'attractivité et de pôles de développement industriel ainsi que la création de villes nouvelles, à partir desquels seront mis en œuvre les mécanismes qui permettront de diffuser la croissance sur l'ensemble du territoire.

Le Schéma National d'Aménagement du Territoire « SNAT » est un acte par lequel l'Etat affiche son projet territorial. Le SNAT 2030 montre donc comment l'Etat compte assurer, dans un cadre de développement durable, le triple équilibre de l'équité sociale, de l'efficacité économique, et de la soutenabilité écologique, à l'échelle du pays tout entier pour les vingt années à venir.

Le Schéma National d'Aménagement du Territoire est de ce fait un instrument qui traduit et met en forme pour l'ensemble du territoire, comme pour chaque une de ses parties, les orientations stratégiques d'aménagement durable du territoire.<sup>1</sup>

### 2.1.2.3. Schéma Directeur d'Aménagement Touristique SDAT 2030

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2030» est considéré comme cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie, il constitue une partie intégrante du schéma national de l'aménagement du territoire « SNAT 2030». Il est ainsi l'acte par lequel l'État affiche pour tous les acteurs, pour tous les secteurs, pour toutes les régions, et collectivités territoriales son projet territorial à l'horizon 2030.

L'Etat donne de ce fait, pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable.

Cette politique repose sur cinq (05) dynamiques essentielles, bases de la nouvelle stratégie d'aménagement touristique à l'horizon 2030, à savoir :<sup>2</sup>

- La valorisation de la destination Algérie pour accroître l'attractivité et la compétitivité de l'Algérie ;
- Le développement des pôles et villages touristiques d'excellence par la rationalisation de l'investissement et le développement ;
- Le déploiement d'un plan qualité tourisme(PQT) pour le développement de l'excellence de l'offre touristique nationale intégrant la formation par l'élévation professionnelle, l'éducation, l'ouverture aux Technologies de l'Information et de la Communication(TIC);
- La promotion de la transversalité et de la cohérence dans l'action par l'articulation de la chaîne touristique et la mise en place d'un partenariat public privé;
- La définition et la mise en œuvre d'un plan de financement opérationnel pour soutenir les activités touristiques et les promoteurs – développeurs et attirer les investisseurs nationaux et internationaux.

---

<sup>1</sup>SDAT 2030, « le diagnostic, audit du tourisme algérien », Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, juin 2008. p 09.

<sup>2</sup> <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-du-tourisme>, consulté le 09/10/2020, à 15:17.

### 2.1.2.4. Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de wilayas (SDATW):

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de Wilaya (SDATW) représente la déclinaison du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique National horizon 2030. Le SDATW constitue la feuille de route pour la mise en tourisme de la wilaya à court, moyen et long terme.

Sur les 48 SDATW qui ont été lancés :

- 43 SDATW achevés
- 05 SDATW en cours d'études.<sup>1</sup>

### 2.1.2.5. Plan d'aménagement côtier (PAC)

Les principaux problèmes générés par le tourisme dans le secteur PAC sont:

- L'évacuation des eaux usées directement en mer sans traitement préalable: ces cas sont observés à Sidi Fredj, Sahel et Moretti. Des résidences implantées dans le haut de plages (exemple de Chenoua) évacuent les rejets liquides directement en mer. Ce constat est également valable pour d'autres segments de la côte PAC.
- Un potentiel touristique important est identifié dans le secteur PAC, il ne demande qu'à être adapté aux valeurs et atouts de chaque segment

### 2.1.2.6. Les zones d'expansion touristiques (ZET)

La Zone d'Expansion Touristique ZET, est un espace qui, de par les atouts qu'il recèle, est protégé par la loi et son exploitation est exclusivement réservée aux activités touristiques.

La ZET, est soumise à un Plan d'Aménagement Touristique, qui détermine l'espace constructible précisé par un programme d'infrastructures à réaliser

Les ZET dont le développement est remarquable sont situées dans le prolongement géographique des grandes villes côtières comme Alger, Oran, Mostaganem, Jijel, Bejaïa, Annaba. Elles sont orientées vers des pratiques de tourisme balnéaire de masse. À partir des années 2000, la question environnementale arrive en force dans le discours des gestionnaires

---

<sup>1</sup> [https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=909](https://www.mta.gov.dz/?page_id=909), consulté le 10/03/2020, à 20 :45.

## Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : Etat des lieux

et une loi dédiée à la protection du littoral voit le jour en 2002 ; plusieurs sites sont proposés pour une mise en réserve naturelle.

Ce sont des espaces délimités, qui sont censés être protégés et qui sont destinés à recevoir les investissements touristiques compte tenu des critères suivants :

- L'accessibilité (port, aéroports).
- La desserte (routes, voies ferrées).
- La proximité des réseaux (énergie, eau, Tél., assainissements).
- La constructibilité des terrains.

Plusieurs ZET ont été identifiées sur le littoral, délimitées officiellement et classées selon deux degrés de priorité (investissements prioritaires ou secondaires).

En application des dispositions de l'article 11 de la loi n° 03-03, susvisée, sont déclarées et classées en zones d'expansion et sites touristiques (ZEST) les parcelles du territoire national délimitées sont :<sup>1</sup>

**Tableau n°11** : Répartition des zones d'expansion et sites touristiques en Algérie

Dénomination	Wilaya
Saïda(N.Gaous)	Batna
Timgad	Batna
Ghoufi	Batna
Arris	Batna
Tighremt El Kseur	Béjaïa
OuedZitounaAokas	Béjaïa
La Pointe KsilaOuest 2	Béjaïa
HammamSalihine	Biskra
Foum El Gharza	Biskra
AïnBenaoui	Biskra
AïnBenaoui	Biskra
Chegga	Biskra
HammamBoughrara	Tlemcen
AïnChrob 2	Alger

<sup>1</sup>Décret exécutif n° 10-131 du 14 Jomada El Oula 1431 correspondant au 29 avril 2010 portant délimitation, déclaration et classement de zones d'expansion et sites touristiques JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 30 20 Jomada El Oula 1431 5 mai 2010 P5-12.

## Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : Etat des lieux

Hammam El Mosrane	Djelfa
HammamCharef	Djelfa
HammamGuergour	Sétif
Sidi Salem	Annaba
Sekhra	Mostaganem
Madagh 2	Oran
Corso 2	Boumerdès
HammamEssalihine	Khenchela
Khecheni	Tipaza
Pointe des Oliviers	Tipaza
SidiGhilès 2	Tipaza
Gounini 2	Tipaza
OuedBellah 2	Tipaza
BouHaroun 2	Tipaza
HammamRigha	AïnDefla
Madagh 3	AïnTémouchent
SidiYacoub	AïnTémouchent
El OuardaniaMalous	AïnTémouchent

Source : journal officiel de la république algérienne n° 30 5 mai 2010

### - **Hôtellerie/Restauration Thermalisme**

L'Algérie compte 1289 établissements hôteliers d'une capacité de 112 264 lits, 1946 projets touristiques d'une capacité de 258 560 lits, 2220 agences de tourisme et de voyages et 282 sources thermales.

#### **2.1.2.7. Le Plan d'Aménagement Touristique (PAT)**

Le PAT est un instrument de développement du tourisme durable au niveau des espaces dédiés à l'investissement touristique. Il se traduit par un ensemble de règles générales et particulières d'aménagement et d'utilisation d'une zone d'expansion et site touristique, qui concourent au développement harmonieux des infrastructures et des installations touristiques par l'exploitation rationnelle et la protection des zones d'expansion et sites touristiques tout en intégrant des activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme.

### Section 03 : La valorisation et développement du tourisme en Algérie

Cette section a pour objet d'étudier les différents atouts touristiques dont dispose l'Algérie, et les différentes politiques mises en place pour le développement de ce secteur.

#### 3.1.L'offre d'hébergement touristique

Achèvement de 50 projets d'investissement hôtelier (7.000 lits) de catégories «3 et 4 étoiles», conformes aux standards internationaux)

2018 Achèvement de 28 PAP supplémentaires.

En termes du foncier, le secteur du tourisme dispose d'un patrimoine foncier constitué de 225 Zone d'extension touristique (ZET) totalisant une surface de 56 472 Ha, en attendant d'autres ZET qui sont en cours de classement. En outre, 114 Plans d'Aménagement touristique (PAT) sont en cours d'étude dont 37 sont approuvés au niveau de 17 wilayas.

S'agissant des avantages liés au foncier, le directeur de l'investissement touristique a indiqué que les investisseurs au niveau des wilayas du nord et celles du sud bénéficient respectivement d'une bonification de 3% et de 4,5% du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires pour la réalisation ou la modernisation de leurs établissements touristiques pendant 5 années.

Dans le cadre du partenariat étranger, 10 projets d'investissement touristique, d'une capacité litière de 8827 lits pour un coût de réalisation estimé à 88,434 milliards de dinars, sont initiés par des partenaires étrangers dans le cadre des sociétés mixtes de droit algériens.<sup>1</sup>

- Tourisme balnéaire
- Tourisme en Montagnes.
- Tourisme saharien.
- Valoriser le potentiel culinaire.

#### 3.2.La valorisation du potentiel touristique local

Les produits du terroir est un moteur de l'émergence des destinations touristiques, l'Algérie a des produits touristiques à mettre en valeur que ce soit au niveau des hôtels ou d'autres établissement touristiques ou en termes de transport et d'infrastructures.

---

<sup>1</sup> Guide du ministère de tourisme, Juin 2018.

L'alimentation locale est vecteur de découverte des lieux, de l'autre, de soi, lui permettant de nouer contact avec le territoire visité, il était question des moyens de faire de l'Algérie «une marque».

- Développement et diversification des produits touristiques
- Développement de la Qualité/Marque/Labellisation

L'implication des professionnels du tourisme comme :

- Groupe public «Hôtellerie, Tourisme et Thermalisme» (HTT),
- Tour opérateur public «Office National Algérien du Tourisme»(ONAT),
- Fédération Nationale des Hôteliers (FNH),
- Fédération Nationale des Agences de Tourisme (FNAT),
- Syndicat National des Agences de Voyages (SNAV).

Et cela pour :

- La promotion de l'offre touristique nationale.
- L'amélioration de la qualité des prestations touristiques.
- La diversification des activités touristiques.
- La contribution à la mise en œuvre du plan de communication dédié à la saison estivale.
- La présentation d'une offre de vente attractive.
- L'élaboration d'un programme d'animation riche et diversifié.
- La proposition de formules pour familles/activités pour enfants.
- La proposition de tarifs promotionnels.<sup>1</sup>

### 3.3. Les principaux enjeux de touristique en Algérie

Pour chaque Wilaya, les engagements du secteur privé dans des investissements endogènes ou exogènes vont dépendre du niveau de réactivité des administrateurs du territoire aux problèmes qui se posent localement.

---

<sup>1</sup> <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-du-tourisme>, consulté le 10/03/2020, à 22 :15.

### 3.3.1. Les orientations stratégiques de l'Etat :

Le niveau de prise en compte des orientations stratégiques nationales définies dans le Schéma national d'aménagement et de développement touristique jouera également fortement dans les décisions d'appui de la part de l'Etat.

Il s'agit de :

- Attirer une clientèle Nationale qualitativement et quantitativement adaptées aux ambitions des touristes ;
- Créer une dynamique de projets qui change fondamentalement la capacité d'accueil actuelle et irrigue l'ensemble du territoire de la Wilaya (secteur balnéaire mais aussi arrière pays et notamment de zone de montagne) ;
- Privilégier des projets de qualité mais réversibles afin de ne pas geler définitivement l'espace ;
- Diversifier les modes d'hébergement et les équipements de loisirs afin qu'ils soient adaptés à toutes les couches sociales et aux zones touristiques ;
- Viser l'excellence dans l'aménagement de quelques sites afin qu'ils puissent devenir de nouvelles références touristiques ;
- Adapter ces projets aux normes et aux exigences internationales, notamment dans le domaine des services, de l'authenticité, de la naturalité et de l'esthétique quotidienne afin de bien se positionner par rapport à la concurrence et aux évolutions de la demande
- Conserver un tourisme intégré,
- Développer un tourisme durable, qui préserve l'environnement et les espaces, et constitue aussi un facteur de respect et d'équilibre.
- Devenir une destination originale, attrayante, diverse, intemporelle, désirée.
- Etre fréquentée par des clientèles diversifiées, locales, régionales et étrangères ;
- Faire du tourisme un moteur économique et d'image, au bénéfice de la wilaya en même temps qu'un facteur d'entraînement (agriculture, industrie, services, commerce et artisanat...) et d'équilibre du territoire.

### 3.3.2. La préservation et la protection des territoires à vocation touristique :

La protection des espaces collectifs culturels et naturels, urbains et ruraux, doit faire l'objet d'un diagnostic précis et cartographié.

## **Chapitre II : L'entrepreneuriat touristique en Algérie : Etat des lieux**

---

Des sites exceptionnels et les belvédères ou points de vue créés par le relief qui permettent des vues sur la ville ancienne, ses monuments et le défilé exceptionnel qui la traverse, doivent faire l'objet d'une mise en valeur appropriée

La protection et la gestion des espaces naturels et culturels revêtent un enjeu patrimonial fort et impliquent donc une responsabilité à l'égard des générations futures, mais également un enjeu considérable du point de vue économique à court, moyen et long termes, paysages et sites constituant alors un capital pour le développement touristique.

La protection, la valorisation et la gestion des espaces culturels et naturels sont autant d'éléments forts dans l'optique du développement d'un tourisme de nature et d'un tourisme durable. Ainsi, en s'appuyant sur les composantes naturelles des territoires, il est possible de définir les grandes orientations qui permettront la préservation et la gestion des espaces tout en favorisant le développement d'un tourisme de qualité, préservant la richesse des territoires tout en répondant aux aspirations des usagers.

### Conclusion

L'entrepreneur constitue l'acteur fondamental de l'entrepreneuriat ; c'est un individu qui veut entreprendre. Il doit posséder les caractéristiques appropriées. Ces caractéristiques sont liées à l'origine de l'entrepreneur, ses types et à son histoire.

L'entrepreneuriat est perçu comme un phénomène hétérogène, complexe et multidimensionnel. Il devient un moyen pour les milieux d'assurer la capacité d'innovation de l'entrepreneur et leur compétitivité.

La création d'entreprise est devenue aujourd'hui le mot d'ordre en matière de développement, c'est une succession de plusieurs étapes nécessitant souvent de prendre des décisions très importantes. Le choix du futur chef d'entreprise est parfois compliqué et l'œil avisé d'un professionnel est un atout considérable pour se lancer dans de bonnes conditions et être informé correctement sur les conséquences de chaque décision.

# **Chapitre III : Les projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

## **Introduction :**

La wilaya de Tizi-Ouzou, de par sa situation stratégique et ses reliefs montagneux est considérée comme l'une des régions les plus touristiques du pays, ses traditions et ses cultures préservées depuis plusieurs générations, ainsi que l'originalité de ses villes et villages mais aussi son littoral qui s'étale sur un linéaire de 85 km font de la wilaya une zone touristique par excellence où peuvent se pratiquer toutes les formes de tourisme allant du climatique au balnéaire passant par le culturel, sportif, de loisir, de santé, de découverte, scientifique...

De ce fait, l'attractivité touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou s'est fortement accélérée au cours de ces dernières années, un phénomène qui tend à favoriser le développement économique de la région, mais sans un développement des équipements touristiques le secteur ne peut être redynamisé.

Dans ce chapitre, nous allons mettre l'accent sur la réalité de l'accompagnement des entrepreneurs porteurs de projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou et répondre à notre problématique de départ.

## **Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil**

La présente section sera consacrée à la présentation de l'organisme d'accueil pour la recherche empirique qui est la direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, ensuite nous présenterons la méthode de recherche.

### **1.1. Historique**

Jusqu'à 1992, c'était l'Office National du Tourisme (O.N.T) qui s'occupait de toute activité touristique à l'échelle national.

Par la suite, il y a eu création de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, par abréviation (DTA), qui a été créée par la décret exécutif n°95/260 du 29 août 1995, modifié et complété par le décret exécutif n°2000/376 du 22 novembre 2000, portant création des services extérieurs du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat et fixant les règles de leur organisation et de leur fonctionnement. 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 2000/367 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.

C'est pour cela que le décret exécutif n°05/216 du 04 Joumada Eloula 1425 correspondant au 11 juin 2005 portant création de la Direction du Tourisme de la wilaya.

Après la promulgation du décret exécutif n°10/257 du 20 octobre 2010, le service de l'Artisanat à réintégré la Direction du Tourisme qui comparent trois services à savoir :

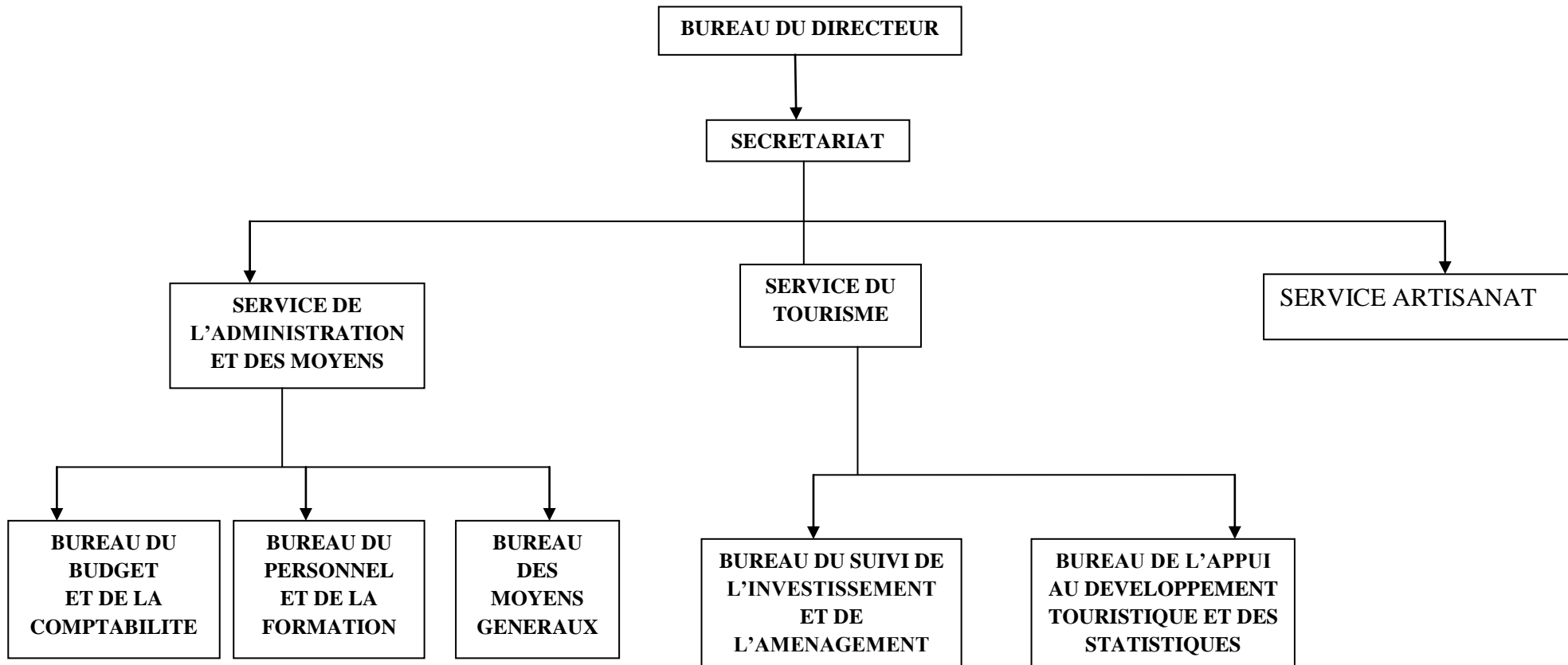
- Le service du Tourisme
- Le service de l'Artisanat
- Le service de l'Administration et des moyens.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

1.2.Organigramme de la direction de tourisme et de l'artisanat

Figure n°01 : Organigramme de la Direction du Tourisme et de L'Artisanat



Source : Direction du tourisme et de l'artisanat, 2020.

### **1.3.Missions de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat**

#### **1.3.1.En matière du Tourisme**

- D'établir le plan d'actions annuel relatif aux activités touristiques.
- D'initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement durable des activités touristiques locales.
- De veiller au développement durable du tourisme à travers la mise en valeur de toutes les potentialités locales.
- D'encourager l'émergence d'offres touristiques diversifiées et de qualité.
- De mettre en œuvre les programmes et les mesures de promotion et de développement des activités de tourisme et de thermalisme et d'en évaluer
- De collecter, d'analyser et d'alimenter l'outil d'observation statique du secteur en matière d'informations et de données statiques relatives aux activités liées à l'économie du tourisme et du thermalisme et d'en assurer la diffusion.
- De contribuer, avec les secteurs concernés, à la promotion du partenariat national et étranger, notamment dans les domaines de l'investissement et de la formation des ressources humaines.
- D'intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristique.
- D'orienter et de suivre, en liaison avec les organismes concernés, les projets d'investissement touristique.
- De veiller à la conformité des activités touristiques et à l'application des règles, normes et standards de la qualité édictée en la matière.
- De contribuer à l'amélioration des prestations touristiques notamment celles ayant trait à l'hygiène, la protection de la santé et la sécurité liées à l'activité touristique.
- De veiller à la satisfaction des besoins et des aspirations des touristes en matière de bien-être, de détente et de loisirs.
- D'assurer l'exécution des budgets d'équipement et de fonctionnement dans son volet touristique.
- D'assurer le suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et à la qualité des activités touristiques.
- De participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des financements des activités touristiques par les fonds du sud et hauts plateaux.

- D'animer et d'encadrer les services extérieurs, les espaces intermédiaires et le mouvement associatif œuvrant dans le tourisme au niveau local.
- De participer, en relation avec les secteurs concernés, à l'élaboration et à la mise en œuvre des actions de formation, de perfectionnement, de recyclage et de valorisation des ressources humaines.
- De contribuer à l'élaboration du plan annuel et pluriannuel de développement du tourisme dans la wilaya.
- D'établir les bilans d'activité trimestriels et annuels de l'activité touristique.

### **1.3.2. En matière de l'Artisanat**

- D'élaborer le plan d'actions annuel et pluriannuel relatif au développement des activités artisanales.
- D'initier toute mesure susceptible de créer un climat favorable au développement durable de l'activité artisanale.
- De contribuer à la protection, à la sauvegarde du patrimoine artisanal et à sa réhabilitation.
- De veiller à l'application et au respect des lois, règlements, normes et standards de qualité en matière de production et d'exercice des activités artisanales.
- De participer au suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fond national de promotion des activités de l'artisanat traditionnel.
- De participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des financements des activités artisanales par les fonds du sud et haut plateaux,
- De participer aux efforts d'intégration des activités de l'artisanat dans la sphère économique locale.
- De soutenir et d'animer les actions des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires intervenant dans le domaine de l'artisanat.
- D'initier des enquêtes et des études à caractère technique, économique et social se rapportant à l'évaluation des activités artisanales.
- De collecter et de diffuser les informations des données statistiques en matière de l'artisanat.
- D'encadrer et d'animer les manifestations économiques pour la promotion de l'artisanat et des métiers.

- D'assurer l'exécution des budgets d'équipement et de fonctionnement inscrits au titre de l'artisanat.
- D'établir des bilans trimestriels et annuels de l'activité artisanale.

### **1.3.3. Activités du secteur**

#### **1.3.1.1. Le service du tourisme :**

Son rôle consiste essentiellement à :

- Suivre et contrôler les activités des établissements à caractère touristique.
- Suivre les activités des mouvements associatifs à caractère culturel (office du tourisme)
- Exploitation des potentialités touristiques et humaine de la région, et ouvrir à l'amélioration du niveau de vie en créant des poste d'emplois dans le secteur du tourisme.
- Suivi, contrôle de la saison estivale.
- Redynamiser le tourisme interne en encourageant les échanges inter wilaya.
- Explorer des nouvelles filiales afin de redynamiser le tourisme.
- Collecter, analyser et diffuser les informations et données statistiques sur les activités touristiques.

#### **1.3.1.2. Le service de l'artisanat :**

Les activités de bureau de suivi des investissements :

- Suivi des projets d'investissements ;
- Orientation des investisseurs ;
- Concordance avec les autres services ;
- Réception des dossiers ;
- Transmission des dossiers des porteurs de projets touristiques au ministère concerné pour accord ou refus ;
- Etude préliminaire des dossiers avec décision
- Visite des lieux de réalisation des projets touristiques ;
- Signalement des dysfonctionnements.

#### **1.3.1.3. Activités de bureau de suivi et du contrôle :**

Il se charge de :

- Statistiques ;
- Etudes des autorisations d'exploitation ;
- Régularisation des projets existants ;
- L'agrément ;
- Contrôle de conformité des projets ;
- Suivi au niveau des projets avec la collaboration d'une commission wilayate.

#### **1.4. Les Objectifs de la direction du tourisme et de l'artisanat**

Proposer à l'ensemble des financeurs pouvant intervenir sur le champ de l'investissement touristique de se réunir pour échanger autour de l'analyse de dossiers de demande de financement, établir les périmètres et les modes d'interventions de chacun, et répondre au mieux aux enjeux liés à l'investissement, en facilitant le rapprochement entre porteurs de projets et financeurs.

La définition et la mise en œuvre d'un projet d'investissement est une démarche de longue haleine (minimum 6 mois) qui peut s'avérer complexe. Elle nécessite d'y consacrer du temps, notamment pour réinterroger la stratégie de la structure, sa gouvernance, et dépend de la capacité (ou possibilité) pour le porteur de projet à fédérer rapidement tous les intervenants. Les freins les plus fréquents à une avancée rapide sont :

- Une gouvernance mal établie,
- Des exercices comptables dégradés,
- Les éventuelles contraintes d'urbanisme,
- Un permis de construire mal anticipé,
- Les différentes études/diagnostics (désamiantage, énergies, etc),
- La nécessité pour le directeur de pouvoir dégager du temps alors que le quotidien retient toute son attention et son énergie...

#### **Section 02 : Etat des lieux des équipements touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

La wilaya de Tizi-Ouzou passe avant tout par l'existence d'une offre conforme aux standards de qualité attendus par les segments de clientèle ciblés et cela soit par l'offre existante en terme de patrimoine historique, naturel, immatériel, en terme de potentiel balnéaire, ou encore terme d'infrastructures.

## **2.1. Aperçu sur le secteur du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

De par la variété de ses richesses naturelles, la wilaya de Tizi-Ouzou est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme balnéaire (région côtière) et climatique (Région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale et archéologique indéniable.

### **2.1.1. La richesses touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou**

#### **2.1.1.1. Le tourisme balnéaire**

Le tourisme balnéaire concerne la façade littorale qui s'étend sur 85 Kms de côte englobant d'Ouest en Est les communes de Mizrana, Tigzirt, Iflissen, Azeffoun et AIT-Chaffaa. Elle offre des paysages naturels d'une importante valeur touristique notamment :

- A Tigzirt avec ses nombreuses plages (Tassalast, Feraoun, Sidi-Khaled, Abechar, Zeguezou et Djemaa Nerbert).
- A Azeffoun (Plage de Belarouna) ;
- A ait-Chaffaa (Plage de Sidi-Khelifa appelée « Petit paradis »). Sur cette région côtière, il y a lieu de souligner que plusieurs sites de zones d'expansion touristique ont été retenus et dont les plus prioritaires demeurent celles d'Azeffoun et de Tigzirt.

#### **2.1.1.2. Le tourisme de montagne**

Le massif du DJURDURA synonyme du massif Kabyle constitue un immense gisement de pôles touristiques intégrant une infinie variété de produits :

- Tala Guilef,
- LallaKhedidja,
- le lac d'Agoulmine , le Gouffre de Boussouil ( 1259 mètres ) les grottes du Macchabée,
- le Pic d'AzrouN'Thour ,
- les cols de Tirourda( 1700 Mètres ) 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 ( sports d'hiver, randonnées pédestres , l'alpinisme et la spéléologie ).
- Les forêts de Yakouren et de Mizrana propices également pour les randonnées sportives, les séjours écologiques et culturels. La faune endémique de la région est

assez riche celle giboyeuse en particulier (Sangliers, lièvres, Perdrix, étourneaux, grives et divers oiseaux de proie). L'attraction principale reste sans doute le singe magot (*Macacus Sylvana*) très prolifique dans les forêts de Yakouren et dans le massif du Djurdjura.<sup>1</sup>

### 2.1.2. Le patrimoine culturel

**2.1.2.1.** Le patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou renferme des sites archéologiques et Les **monuments historiques** :

- **Le Site archéologique de Tighzirt:** Ruines de la période antique. Il a été classé patrimoine national en 1968.
- **Le site archéologique de TAKSEBT:** (Taksebt ou Soumaa n'Tkesesbth) situé dans la commune d'Iflissen -Daira de Tighzirt.
- **La ville antique d' Azeffoun** comportant des thermes, des citernes, une porte nord de la ville, des traces de tours de surveillance, des structures, des traces de nécropole est classée patrimoine national en 1968; elle est située dans la Commune d'Azeffoun et daïra d'Azeffoun.
- **Bordj Turc de Boghni :** un monument historique de l'époque turque situé dans la commune de Boghni et la daïra de Boghni.
- **Bordj turc de Tizi-Ouzou :** Monument historique contemporain situé dans la commune de Tizi-Ouzou, Daira de Tizi-Ouzou et classé patrimoine national en 2007.
- **Village traditionnel kabyle d'Ath El Kaid :** Des anciens bâtis à caractère architectural traditionnel, qui se situent dans la commune d'AgouniGueghran -Daira de Ouadhias, classés en secteur sauvegardé dans la liste du patrimoine culturel national.
- **Village historique Ighillmoula :** Site historique marquant le mouvement national et la guerre de libération nationale, situé dans la commune d'AgouniGueghran -Daïra de Ouadhias ; il est en instance de classement.

Et bien d'autres places comme les zaouias et maisons historiques.

---

<sup>1</sup>Guide de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tourisme algérien : la Grande Kabylie, 2019.

### **2.1.2.2. L'artisanat**

Le tourisme de la Kabylie est riche par la diversité, l'originalité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers tel que **la poterie**, considérée comme le plus ancien des savoir-faire locaux des femmes qui produisaient tout leur ustensils à base d'argile retrouvée dans leur environnement immédiat. Les régions de Maâtkas et Ait Kheir (Mekla) y sont connues. La réhabilitation de la fête de la poterie à Maâtkas contribuera certainement à la préservation et à la promotion de ce produit et de son savoir-faire.

La bijouterie traditionnelle à base d'argent est un art traditionnel séculaire enraciné dans la région d'Ait Yenni, elle est le principal ornement de la femme Kabyle et peut-être le plus représentatif et le plus connu des artisanats traditionnels de la région. Les bijoux en argent se font en famille et chaque année, la fête annuelle du bijou en argent est l'occasion de revêtir, promouvoir et vendre les bijoux, de différentes formes géométriques et couleurs.

L'habit traditionnel féminin fait partie des images emblématiques de la Kabylie, il est cousu avec de la soie sous des formes et couleurs saisissantes. La confection de ces habits est réponde dans les régions de Ouadhias, Azazga et Bouzguène.

#### **A. Le tissage**

Jadis incontournable dans tous les foyers de la Kabylie, cette activité a considérablement régressé, mais qui reste porté par les tisserands des d'Ait Hichem et Ait Z'menzer, qui lui redonnent ses lettres de noblesse. En effet, on retrouve principalement des femmes dans l'art du tissage, qui transmettent de mère en fille ce savoir-faire.

#### **B. Le travail du bois et ébénisterie**

Est un art rural par excellence qui permettait jadis de réaliser des objets utilitaires à l'agriculture et aux besoins domestiques (ustensiles de cuisines ou meuble rustique). Cet art s'applique également à des éléments d'architecture, particulièrement aux portes des maisons. Cet art est réponde dans les régions de Djamaa Saharidj et d'Ifferhounene.

#### **C. La broderie traditionnelle sur tissu**

Est une activité très réponde dans la région de Larbaa Nath Irathen.

#### **D. La fabrication de tamis**

Un ustensile important dans la fabrication du couscous traditionnel. Cette activité est très présente dans la région d'Ouacif.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Guide de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tourisme algérien : la Grande Kabylie, 2019.

### **E. La vannerie à base d'Osier**

De raphia, de roseau, et de doum reste l'apanage des femmes, utilitaires et décoratifs, ces produits sont indissociables du paysage local et très répandu à Djamaa Shaharidj et à Betrouna (Tizi-Ouzou).

La wilaya de Tizi-Ouzou organise régulièrement et anime toute l'année des manifestations culturelles et artisanales dont les plus importantes sont la :

- Fête du bijou à Ath-yenni,
- Fête de la poterie à Maatkas,
- Fête du tapis à Ath-Hichem,
- Fête du bois sculpté et de la vannerie fine de Djemââ-Saharidj. <sup>1</sup>

#### **2.1.3. Les infrastructures touristiques :**

La capacité hôtelière de la wilaya s'élève actuellement à 2 185 lits répartis dans 21 hôtels classés (1 161 lits) et 23 hôtels non classés (1 017lits). Le secteur public représente 17, 57%. Le chef lieu de wilaya est le mieux pourvu en infrastructures hôtelières avec 855 lits soit près de 40% des capacités totales.

La répartition du parc hôtelier de la wilaya de Tizi-Ouzou se focalise essentiellement dans les centres urbains avec 49%, le littoral avec 33% dont 18% seulement représente les lits hôteliers contre 82% symbolisent d'autres structures d'hébergement tel que les centres de vacances et de loisir, l'hébergement chez l'habitant ou les auberges de jeunes.

Les stations touristiques balnéaires de Tigzirt, Iflissen et Azeffoun ne comptent que 477 lits.

Les stations touristiques climatiques (Yakouren et Talaguilef) n'offrent également que 343 lits. Il y'a lieu de souligner que l'hôtel « Djurdjura » d'Ain El Hammam a changé d'activité et a été transformé en auberge de jeunes.<sup>2</sup>

En termes d'établissements de restauration classés, il en existe huit (08) au total d'une capacité de 476lits dont 05 sont en activités d'une capacité de 342 lits.

---

<sup>1</sup>Guide de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tourisme algérien : la Grande Kabylie, 2019.

<sup>2</sup> Ibid.

**Tableau N° 12: Liste des agences de tourisme et de voyages agréées (arrêtée au 17/03/2019)**

<b>Localité</b>	<b>Nombre d'agences</b>
Tizi-Ouzou	35 agences
Draa Ben khedda	02 agences
Azazga	01 agence
Tigzirt	02 agences
Boghni	03 agences
Azeffoun	01 agence
Draa El Mizan	01 agence
LarbaaNathIrathen	01 agence
Freha	02 agences
Ouagnoune	01 agence
Beni Aissi	01 agence

**Source** : Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou

La direction du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou a confié à TAD Consult la mission d'établir une stratégie de développement touristique pertinente et durable pour la Wilaya, à travers un schéma directeur dans le respect du cadre juridique des SDAT et des dynamiques dégagées pour cet outil.

La mission menée par TAD Consult se divise en 5 phases :

- **Phase 1** : Rapport d'établissement- lancement de l'étude.
- **Phase 2** : Etat des lieux-diagnostic prospectif.
- **Phase 3** : Perspectives de développement et stratégies d'aménagement touristique.
- **Phase 4** : Stratégie retenue.
- **Phase 5** : Stratégie d'aménagement touristique de la Wilaya et programme de mise en œuvre.

### **Section 03: Présentation de la méthodologie de recherche et interprétation des résultats**

Cette présente section est une synthèse de notre étude empirique, elle renferme les résultats de l'enquête faite auprès de la direction de l'artisanat et du tourisme pour arrêter sur la réalité des projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

#### **3.1. Principe méthodologique**

L'entretien est considéré comme méthode de collecte de données dans notre recherche. Pour mieux comprendre la réalisation des projets touristiques au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, j'ai effectué plusieurs entretiens avec plusieurs personnes concernées, le chef de service des investissements touristiques, un employé de bureau d'accompagnement des projets touristique, le responsable du bureau de suivi et du contrôle et un responsable de service de l'artisanat.

- **Le terrain d'étude**

Une étude réalisée a partir des entretiens avec quelques responsables de la direction du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, en l'occurrence l'inspecteur principal du tourisme, le chef de bureau de suivi des investissements chargée de :

- La réception
- L'apport et le soutien des investisseurs,
- Nature de l'investissement,
- L'étude des projets,
- L'orientation.

#### **3.2. Résultat de l'étude**

Après la consultation des informations que nous a fournis les bureaux que nous avons sollicitée, nous allons dans ce qui suit s'étaler sur les résultats de notre étude.

##### **3.2.1. L'étude des projets**

L'investissement, concerne les établissements hôteliers, les complexes touristiques et les stations thermales :

- Le projet doit respecter l'identité territoriale et ses potentialités touristiques spécifiques,
- Le projet doit respecter les intérêts des populations locales.

L'inventaire et le repérage des projets d'aménagement touristique doivent s'effectuer conformément aux orientations du SDAT, ils doivent marquer le territoire à vocation touristique et éviter un éparpillement des initiatives touristiques.

Le dossier cartographique doit faire la distinction entre les projets très importants en termes de capacité d'accueil, et les autres projets menés.

Le dossier cartographique se fera sur la base des critères suivants:

- Les projets de création d'équipements ou de produits touristiques : musées, équipements portuaires, hôtellerie..., et les projets de réhabilitation en vue de la création d'un produit ou d'un équipement,
- Les projets d'aménagement : les pôles touristiques d'excellence, les Zones d'expansion et sites touristiques (ZEST) les projets liés au tourisme balnéaire (d'Aménagement Liées à la Mer, les aménagements paysagers...
- Les dynamiques » touristiques en projet : programmes globaux de mise en valeur, définition de stratégie, développement de filières ;
- Le bilan foncier au niveau des zones touristiques doit être établi.

#### **3.2.2. Accès au foncier**

Le terrain d'assiette pour l'accueil du projet peut être soit :

- Propriété du promoteur,
- Appartenant au domaine privé de l'Etat, concédé selon la formule de gré à gré sur la base d'un cahier des charges, la concession de gré à gré relève de l'autorité du wali territorialement compétent, sur délibération du Calpiref. Toutefois, celle-ci requiert l'avis du Conseil National de l'Investissement (CNI), lorsque le projet d'investissement équivaut à 500 millions de dinars et plus et dans le cas d'un projet de partenariat.

- **Cas des terrains situés à l'intérieur d'une Zone d'Expansion Touristique, ZET**

Les terrains appartenant au domaine privé de l'Etat et situés à l'intérieur des ZET sont concédés selon la formule du gré à gré après avis de l'Agence Nationale de Développement du Tourisme(ANDT) et accord du ministre chargé du Tourisme.

L'aménagement des Zones d'Expansion Touristique, ZET, est d'utilité publique et leur viabilisation est confiée à l'Agence nationale de Développement du Tourisme.

### **3.2.3. Les procédures administratives pour la réalisation d'un projet touristique**

Le promoteur doit déposer auprès de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya un dossier d'approbation des plans de son projet touristique (plan d'hôtel, d'auberge, ou camping touristique, ... etc.) comprenant :

- Un acte légal de propriété ou de jouissance de l'assiette sur laquelle devra être érigé l'établissement hôtelier
- Un certificat d'urbanisme de l'assiette sur laquelle devra être érigé son projet.

Accompagnés de pièces écrites :

- Un formulaire de demande d'approbation des plans du projet touristique, signé par le porteur du projet, à télécharger sur le site web du ministère du tourisme et de l'Artisanat, ou à retirer au niveau de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou.
- Un rapport de l'architecte comprenant la description du terrain et de l'établissement à construire, l'indication de chaque local, la justification du choix architectural et une notice de sécurité relative aux prescriptions de sécurité prévues par la réglementation applicables contre les risques d'incendie et de panique dans les établissements recevant du public.
- Un rapport estimatif du coût du projet (construction et équipements)
- Un rapport fournissant les indications sur la catégorie de classement de l'établissement hôtelier et la nature de son exploitation.

#### **3.2.3.1. Dossier de création nouvelle**

- Attestation d'enregistrement d'investissement (à télécharger sur site web de l'ANDI ou à récupérer au Guichet Unique) ;
- Copie de la carte d'identité Nationale ou copie du permis de conduire de l'investisseur ou du représentant légal de la société qui engage la formalité;
- Procuration légalisée au nom de l'investisseur (à télécharger sur site web de l'ANDI ou à récupérer au Guichet Unique) ; le cas échéant ;
- Une redevance du traitement du dossier (A verser le jour du dépôt du dossier).

#### **3.2.3.2. Dossier de demande d'extension de capacités de production**

- Attestation d'enregistrement d'investissement (à télécharger sur site web cliquez ici ou récupérer au Guichet Unique) .

- Copie de la carte d'identité Nationale ou copie du permis de conduire de l'investisseur ou du représentant légal de la société qui engage la formalité;
- Procuration légalisée au nom de l'investisseur (à télécharger sur site web cliquez ici ou récupérer au Guichet Unique) ; le cas échéant ;
- Copie du registre de commerce et de la carte d'immatriculation fiscale;
- Les feuillets actif et passif du dernier bilan fiscal ;
- Une redevance du traitement du dossier (A verser le jour du dépôt du dossier).

### **3.2.3.3. Le cheminement d'un dossier d'investissement touristique**

Le dossier constitué des pièces graphiques et écrites est transmis à la direction du tourisme et de l'artisanat en vue de son examen. Si le bureau concerné estime que le projet est valable, il le transmet ensuite à la commission interministérielle chargée de l'approbation des projets touristique pour :

- L'accord de principe,
- L'accord de principe avec réserve,
- L'ajournement pour complément d'informations ou de pièces,
- Le rejet.

La décision d'accord de principe est notifiée au promoteur pour lui permettre de la présenter lors de la formalisation de la demande de permis de construire, du dossier de financement, de la décision d'octroi d'avantages de l'ANDI et celui du registre du commerce.

### **3.2.4. Exploitation des établissements hôteliers**

Quant aux conditions et modalités d'exploitation des établissements hôteliers, selon le responsable de suivi d'investissement, elles consistent notamment en une autorisation d'exploitation, un arrêté de classement et un agrément du gérant comme le stipule la loi en vigueur.

Les autorisations d'exploitation des établissements hôteliers sont délivrées par le wali territorialement compétent, sur proposition du directeur de wilaya chargé du tourisme.

Le titulaire de l'autorisation d'exploitation de l'établissement hôtelier est tenu d'entrer en activité dans un délai maximal de 6 mois, à compter de la date de sa délivrance".

En matière de classement des établissements hôteliers, il est prévu la création auprès du wali, d'une commission de wilaya de classement des établissements hôteliers.

### 3.2.5. Exploitation et d'aménagement des ZEST

Le plan d'aménagement des ZEST de la wilaya de Tizi-Ouzou entre dans le cadre de la stratégie globale de l'aménagement du territoire énoncée par le schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) qui régule les orientations stratégiques et la politique d'aménagement du territoire. Ce dernier est relayé par les différents schémas et instruments d'aménagement et d'urbanisme au niveau régional et local fixant les approches d'aménagement à des échelles plus réduites prenant en charge les spécificités de chaque région voire de chaque wilaya et commune. L'aménagement touristique durable des ZEST offre une réelle possibilité de développement et de consolidation de l'activité touristique au sein de cette wilaya à la hauteur de ses potentialités et de ses ressources touristiques

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de 09 ZEST décrétées d'une superficie totale de 2091 ha, réparties comme suit :

**Tableau n° 13: Les ZEST de la wilaya de Tizi-Ouzou**

N°	Dénomination de la ZEST	Superficie (HA)	Références réglementaires
1	DJEMAAT NERBAT	171	Décret n°88-232 du 05/11/1988
2	BLEROUNA	637,5	
3	AZZEFOUN	25	
4	SIDI KHELIFA	637,5	
5	TIGHZIRT OUEST (TASSELAST)	168	
6	PLAGE FARAOUN	70,6	
7	PLAGE ABÉCHAR	116,4	
8	PLAGE ZEGUEZOU	147	
9	TIZI OUDJABOUB	118	Décret exécutif n° 16-308 du 28/11/2016
Total		2 091	

Source : Direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

La wilaya de Tizi-Ouzou renferme 2 091 ZEST, la plus part d'entre elle se situe sur le relief Tigzirt Azzefoun.

### **3.3. Le programme de relance des projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

Selon le responsable d'accompagnement des projets touristiques l'objectif du programme est de relancer le secteur dans cette wilaya aux grandes potentialités, comprend :

#### **3.3.1. La réhabilitation des établissements hôteliers**

Six hôtels du secteur public en réhabilitation au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou. Ces hôtels sont en train de subir des travaux de réhabilitation et de modernisation en vue d'améliorer leurs prestations de services. Les travaux de réhabilitation et de modernisation de ces hôtels publics sont menés par des entreprises turques et italiennes. Ces travaux changeront l'image et les prestations de ces structures touristiques :

- Les travaux de réhabilitation et de modernisation gérés par l'ETK, concernent «LallaKhedija», «le Belloua», au centre- ville de Tizi-Ouzou, et le «bracelet d'argent», à Ath Yenni,
- Deux hôtels gérés par l'EGT Centre, à savoir «Amraoua», au centre de la ville de Tizi-Ouzou, et le «Tamgout», dans la commune de Yakouren,
- L'hôtel «El Arz», implanté à l'intérieur du parc naturel Talla Guillef, dans la région de Boghni, sud du chef-lieu de wilaya de Tizi-Ouzou,

Ces hôtels seront à l'avenir susceptibles d'être des destinations touristiques privilégiées des touristes aussi bien nationaux qu'étrangers,

L'étude comporte trois phases dont le premier objet du présent document dresse un diagnostic de l'état des lieux de la Zone d'expansion et site touristique de **Tighzirt ouest** avec des scénarios d'aménagement précisant les orientations d'aménagement et le programme de chaque variante d'aménagement de la ZEST.

#### **3.3.2. Les nouveaux projets touristiques**

Sept infrastructures hôtelières, qui font partie d'un programme de 33 projets touristiques en cours de réalisation à travers plusieurs localités de la wilaya, qui sont implantées dans les villes :<sup>1</sup>

- Azazga (140 lits),
- Tizi-Rached (100 lits),
- Zekri (108 lits),

---

<sup>1</sup> Direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

- Irdjen (118 lits),
- Tamda (240 lits), avec un parc d'attraction et autres structures, sera réceptionné par étapes,
- Tizi-Ouzou avec deux hôtels de capacités d'accueil respectives de 120 et 130 lits.

Plusieurs autres projets d'investissement touristique léger sont également prévus autour du barrage hydraulique de Taksebt.

Pas moins de 117 demandes d'investissement privé dans le secteur de tourisme ont obtenu l'accord de principe des autorités de la wilaya de Tizi-Ouzou. La majorité de ces projets sont en phase de l'obtention de permis de construire pour leur lancement en réalisation. En outre, 97 promoteurs sont en attente d'obtention d'un permis de construire et 122 autres ont déposé une demande de terrain pour l'implantation de leurs investissements..

Avec ces nouvelles réalisations, le secteur du tourisme renforcera la capacité d'accueil actuelle, qui est de 1788 lits, et assurera des emplois permanents et saisonniers pour les jeunes chômeurs de la wilaya.

Les programmes d'aménagement concernent: <sup>1</sup>

- Centre Nautique ;
- Centre de Remise en Forme ;
- Complexe Sportif ;
- Hôtel ;
- Centre de Thalasso Thérapie ;
- Résidence Touristique ;
- Complexe Hôtelier Sportif ;
- Village de Vacances ;
- Jardin Botanique ;
- Parcours de détente et de sport extrême ;
- Parcours de détente (balcon sur mer) ;
- Espaces vert, Voiries et autre.

Une enveloppe financière de près de 68.5 milliards de centimes est mobilisée par la direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou pour la réalisation des travaux

---

<sup>1</sup> Direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

d'aménagement au niveau des communes balnéaires de la wilaya en prévision de la prochaine saison estivale, apprend-on de cette direction. Cette substantielle enveloppe financière sera injectée dans les travaux d'aménagement des parkings, la réhabilitation des accès aux plages autorisées à la baignade ainsi que d'autres travaux visant l'amélioration des conditions d'accueil des estivants au niveau de ces villes côtières de la wilaya, à savoir Mizrana, Tigzirt, Iflissen, Azzefoun et Ait Chaffaâ qui ont accueilli durant la saison estivale passée plus de 11 millions d'estivants.

**Tableau n° 14: Les projets touristique en cours de réalisation au 31/12/2019**

<i>N°</i>	<i>Type de Projets</i>	<i>Localisation</i>	<i>Capacité en lits</i>	<i>Nombre d'emplois directs</i>	<i>Coût (Millions DA)</i>	<i>Taux d'Avancement</i>	<i>Nature juridique</i>	<i>Vocation</i>
01	Hôtel	Tizi-Ouzou	62	15	102,1	65%	privé	Urbain
02	Hôtel 3*et Bungalows»	Azefoun ZET	112	27	52	100% Bungalow Hôtel en cours	domanial	balnéaire
03	Auberge	Boghni	50	30	10,6	40%	privé	Rural
04	Auberge	Aghrib	94	20	101	65%	privé	Rural
05	Auberge	Makouda	12	20	21	20%	privé	Rural
06	Hôtel	Boudjemaâ	30	10	123,78	10%	Privé	Rural
07	Hôtel	Tizi-Ouzou	48	20	50	70%	privé	Urbain
08	Auberge3*	Tigzirt	40	19	88,67	65%	privé	Balnéaire
09	Réambatisseem hôtel2*	Tizi-Ouzou	70	17	150	60%	privé	Urbain
10	Motel2*	Tizi Rached	100	28	143,13	80%	privé	Rural
11	Hôtel	Tigzirt	24	15	25,95	70%	privé	Balnéaire
12	Hôtel	Iflissen	48	10	60	60%		Urbain
13	Auberge	Timizart Ouagnoun	4848	31	114,9	60%	privé	Rural
14	Hôtel	Tizi-Ouzou	126	65	400	En cours	privé	Urbain

**Chapitre III : Les projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou**

15	Hôtel R+5+2+S/S	Tizi-Ouzou	90	45	75,37	65%	privé	Urbain
16	Village de Vacances	Tamda Ouaguenon	160	340	2751,28	70%	privé	Urbain
17	Village de vacances 3*	ZEST Azzefoun	558	297	12000	2%	privé	Urbain
18	Hôtel R+5+2S/S Bungalow R+1 et Parc aquatique	Freha	152	74	960	5%	privé	Balnéaire
19	HOTEL	AIT AISSA MIMOUN	92	80	420	70%	privé	rural
20	Résidence touristique	Ilissen	72	20	400,60	10%	domanial	balnéaire
21	Hôtel	Azazga	138	80	253,27	75%	Privé	urbain
22	Hôtel Reconversion R+5+Comble	ZEKRI	108	132	519,28	80%	Privé	Privé rural
23	Hôtel EDEN PALACE 5*	ZET Zegzou Tighzirth	240	120	1415	05%	Privé	Balnéaire
24	Auberge	Tigzirt ZET Feraoun	12	13	38		Privé	Balnéaire
25	Résidence touristique R+4	ZET BEL ROUNA Azeffoun	40	15	10	En cours	Privé	Balnéaire
26	Hôtel(R+5)	Yakouren	150	32	1878,30	En cours	domanial	Rural
27	Réhabilitation et extension Hôtel	Boukhalfa	292	58	3793,18	En cours	domanial	urbain
28	Hôtel	Boghni	200	50	000	En cours	domanial	urbain
29	Hôtel(R+2+2 entresols)	Tizi-Ouzou	84	25	000	En cours	domanial	urbain

### Chapitre III : Les projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou

30	Hôtel	Tizi-Ouzou	78	20	000	En cours	domanial	urbain
31	HOTEL(R+1+2 entresols )	Beni-yenni	52	15	249,40	En cours	domanial	rural
32	Hôtel3* Réaménagement Hôtel R+6+S/S	Tizi-Ouzou	140	35	80,75	95%	privé	Urbain
33	Hôtel	Tizi-Ouzou	90	60	330	90%	privé	Sub-urbain
34	hôtel	Tizi-Ouzou	38	13	41,7	80	Privé	urbain
35	Résidence hôtelière	Tigzirt	36	60	145,09	50	privé	balnéaire
36	hôtel	Tigzirt	50	16	173,904	45	privé	balnéaire
37	motel	Iflissen ZEST Zeguzou	54	43	171,495	25	privé	balnéaire
38	Complexe touristique	Azeffoun ZEST Blerouna	80	35	225,720	75	privé	balnéaire
39	Résidence hôtelière	Ait-chaffaa ZEST sidi-khelifa	146	70	441	20	privé	balnéaire
40	Résidence hôtelière	Ait-chaffaa ZEST sidi-khelifa	128	39	56,975	-	privé	balnéaire
41	Motel	ZEST Tassalast Tigzirt	50	48	27	/	privé	balnéaire

**Source :** Données de la direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

Comme nous le constatons dans le tableau ci-dessus, plusieurs projets touristiques dont en majorité sont des hôtels et des résidences hôtelières sont en cours de réalisation dans

la ville et dans plusieurs localités de la wilaya de Tizi-Ouzou avec une capacité au total de 3968 lits et 2075 postes d'emploi.

Ces infrastructures hôtelières, qui font partie d'un programme de 33 projets touristiques en cours de réalisation à travers plusieurs localités de la wilaya, sont implantées dans les villes d'Azazga (138 lits), Tizi-Rached (100 lits), Zekri (108 lits), Boghni (200 lits), Tamda (160 lits) et Tizi-Ouzou avec deux hôtels de capacités d'accueil respectives de 128 et 140 lits. Le complexe de Tamda, dans la commune de Ouagnoun, qui comporte, en plus d'un hôtel de 240 lits, un parc d'attraction et autres structures, sera réceptionné par étapes, a indiqué la même source. Ces structures hôtelières généreront quelque 730 postes d'emploi, selon le responsable du bureau de suivi des investissements touristiques.

Les taux d'avancement des travaux varient entre 5 et 95%, les hôtels publics, dont certains sont gérés par l'entreprise touristique de Kabylie (ETK) et d'autres par l'entreprise de gestion touristique centre (EGT).

Les travaux de réhabilitation et de modernisation des trois hôtels gérés par l'ETK, à savoir «Lalla Khedija», «le Belloua», au centre- ville de Tizi-Ouzou, et le «bracelet d'argent», à Ath Yenni, ont atteint des taux d'avancement respectifs de 65, 60 et 20%.

Et selon le responsable du bureau de suivi des projets pas moins de 246 dossiers d'investissement touristique ont été introduits auprès des services de la wilaya, dont 28 sont en cours d'étude.

La totalité des projets touristiques de la wilaya se résumé ainsi :

**Tableau n° 15:** Les projets au 31 /12/2019

<b>Désignation</b>	<b>Nombre de projet</b>	<b>Estimation million DA</b>	<b>Superficie Ha</b>	<b>Emplois</b>
Projets	<b>35</b>	<b>14 733</b>	<b>36,9</b>	<b>1 791</b>
Avancement des projets	<b>357</b>	<b>84 335</b>	<b>219,6</b>	<b>16 726</b>
Projets en réalisation	<b>4</b>	<b>1 187</b>	<b>1,5</b>	<b>157</b>
Projets en exploitation	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>0,3</b>	<b>13</b>

**Source :** Données de la direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

### **3.3.3. Accès au prêt bancaire**

Les entrepreneurs, qu'ils soient publics ou privés et qu'ils soient en phase de lancement de projets (créateurs) ou en phase de développement d'activités existantes (développement) ont cinq besoins essentiels :

- Une étude sérieuse et approfondie des risques (faisabilité) que généralement peu d'opérateurs sont prêts à payer à son juste prix,
- Le financement du plan qualité (PQT), des travaux de requalification ou d'extension et l'acquisition de matériel d'exploitation, coûteux et difficile à payer (véhicules, matériel de cuisine, équipements divers...),
- La nécessité de se former aux méthodes et techniques modernes,
- Le financement de dotation en technologie de l'information et de la communication (TIC) des moyens en communication, de marketing, promotion et commercialisation. Ceux-ci sont nécessairement élevés si l'on veut faire aussi sinon davantage que les concurrents,
- La nécessité d'attirer et de former un personnel de qualité.

A cet effet, le ministère du tourisme et de l'artisanat est en relation avec les établissements financiers et bancaires et avec les organismes de garantie disposés à accorder des conditions avantageuses en vue de financer :

- Le programme d'investissement et de développement des entreprises du secteur du tourisme et de leurs besoins de fonctionnement,
- Les opérations de mise à niveau et de réhabilitation des structures hôtelières, de faciliter l'accès au crédit et en assurer sa garantie.

Faciliter et adapter le financement bancaire des activités touristiques, il s'agit pour ce faire :

- D'accompagner les investisseurs, promoteurs et porteurs de projet (aide à la décision à l'évaluation du risque et au financement des matériels d'exploitation),
- D'assouplir, d'alléger les procédures d'octroi des crédits bancaires,
- D'accorder, le cas échéant, des taux bonifiés, baisse de TVA,
- D'allonger la durée de crédit.

### **3.3.4. La promotion des investissements touristique**

La direction du tourisme en contribution avec les acteurs locaux concerné veille à la promotion de l'investissement touristique par :

- La définition de la stratégie d'investissement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou;
- La contribution à la régulation et l'utilisation rationnelle du foncier destiné à l'investissement dans le cadre de la stratégie arrêtée par la wilaya, en tenant compte notamment des équipements publics ;
- L'accompagnement de toute initiative de promotion foncière publique ou privée pour la production de terrains aménagés et équipés destinés à recevoir des investissements ;
- L'assistance des investisseurs à localiser les terrains d'implantation des projets d'investissement;
- La mise à la disposition des investisseurs les informations relatives aux disponibilités foncières destinées à l'investissement par tous moyens de communication ;
- Le suivi et l'évaluation des projets d'investissement touristiques en cours ;
- La mise en service des projets d'investissement touristique.

L'Etat continuera à accompagner les investisseurs privés pour encourager le développement du secteur touristique, a affirmé, la directrice du touristique et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Des mesures incitatives prises dans ce sens sont :<sup>1</sup>

- La volonté des pouvoirs publics de parachever la stratégie mise en place pour la relance de l'activité touristique, à travers la mise en œuvre du plan d'actions s'étalant à l'horizon 2030 et dont un des axes consiste à encourager l'investissement privé.
- Assurant que l'Etat continuera à accompagner les investisseurs privés, par des facilitations qui ont été accordées à ces derniers, notamment s'agissant du foncier touristique en dégageant pas moins de 225 Zones d'Expansion touristique (ZET).
- Les incitations fiscales et bancaires et autres avantages octroyés aux investisseurs, dans le cadre de l'Agence nationale de Développement des Investissements (ANDI), rappelant que depuis 2008, l'Etat a agréé plus de 2000 projets hôteliers privés générant

La mission de suivi et d'évaluation de l'implantation et de la réalisation des projets d'investissement touristique peut être confiée au bureau de suivi et de contrôle des projets touristiques, une opération pour simplifier les démarches de projet, faciliter à l'investisseur

---

<sup>1</sup> Direction de l'artisanat et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.

l'accès aux financeurs potentiels correspondant le mieux à son projet d'investissement et pouvant être mobilisés rapidement.

### **3.3.5. La promotion de l'artisanat**

Mentionné dans les brochures de promotion touristiques éditées par la Wilaya, l'artisanat reste traité en surface, davantage comme un atout que comme une véritable richesse de territoire.

Ressource touristique à part entière, activité identitaire et authentique, l'artisanat traditionnel est donc avant tout promu comme une activité commerciale plutôt que touristique. Cette limite devra être combattue, par l'instauration d'un système de gouvernance rénovée et mutualisée, où tourisme et économie travailleront ensemble au service d'un triple objectif prioritaire : revitaliser, encourager et promouvoir les richesses artisanales locales.

### **3.3.6. Des mesures d'accompagnement des investisseurs**

#### **3.3.6.1. La formation**

La mise en œuvre d'une dynamique de développement touristique sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou nécessite d'enrichir les compétences locales tant administratives et de gestion que techniques, thématiques et encourager les porteurs de projets privés (professionnels,) ou publics (collectivités)

Les formations à développer dépendent des :

- Savoir-faire manquants au regard des thématiques prioritaires du projet ;
- Compétences manquantes au regard des exigences méthodologiques liées à la mise en œuvre du projet : administration, gestion, évaluation...
- Besoins de compétences et de connaissances sur des problématiques futures

#### **3.3.6.2. Le recours à une assistance à maîtrise d'ouvrage**

La qualité du projet de territoire et de la mise en œuvre du programme d'actions repose sur la présence, aux côtés de la structure de pilotage d'une ingénierie territoriale dotée d'une capacité d'expertise et d'animation avérées. Pour un projet de cette envergure, le recours à une Assistance à Maîtrise d'Ouvrage est très fortement recommandé sur les deux premières années.

Cette assistance à maîtrise d'ouvrage portera sur les missions suivantes :

- Soutien du CDT au management de projet ;
- Appui aux missions du comité technique ;

- Contribution à l'évaluation des travaux menés et réadaptation de la méthode pour garantir la réussite du projet ;
- Appui à l'animation des réunions de l'instance de pilotage ;
- Soutien du référent tourisme en charge du réseau d'animateurs locaux.
- Evaluation du rythme et des conditions de développement des actions d'investissement en lien avec le budget dégagé pour le projet

#### **3.3.6.3. L'accompagnement des travaux territoriaux**

Consiste à :

- L'analyse des orientations d'actions envisagées par les territoires pour s'assurer de leur cohérence vis-à-vis du projet et de ses objectifs,
- Conseil à l'animation territoriale et à la mobilisation des acteurs locaux,
- Expertise des dossiers des porteurs de projet,
- Appui à la communication et promotion des travaux menés et des actions engagées dans la démarche
- Soutien à la mise en réseau des animateurs locaux,
- Évaluation du rythme et des conditions de développement des actions, d'investissement en lien avec le budget dégagé pour le projet,
- Accompagnement des travaux territoriaux en lien avec les animateurs locaux et en étroite collaboration avec leur chef de projet.

#### **3.3.6.4. La gouvernance**

Sur le plan de la gouvernance :

- Etablir un véritable partenariat entre le secteur public et le secteur privé,
- Affirmer la capacité à prendre des décisions localement et à les mettre en œuvre,
- Affirmer la capacité à mobiliser les financements sur la durée,
- Développer une concertation effective entre la Direction du Tourisme et les professionnels,
- Assurer une bonne structuration des professionnels,
- Associer la population au développement du tourisme

Comme nous l'affirme le responsable de suivi des projets, les porteurs de projet sont prêts à investir et à prendre des risques d'exploitation, il faut :

- Leur rendre le parcours administratif et règlementaire le plus simple possible en appliquant le principe de « guichet unique » (autrement dit, centraliser tous les éléments administratifs dont ils peuvent avoir besoin, afin de ne pas multiplier les interlocuteurs).
- Identifier les sites capable d'intéresser les porteurs de projet, en identifier les contraintes règlementaires, la propriété et disposer de données de présentation.
- Les interroger sur leur projet pour en apprécier le sérieux, la pluralité mais surtout la conformité à la stratégie de la Wilaya.
- Établir avec eux l'agenda/calendrier de leur projet et en suivre chaque étape.
- Établir la liste des autorisations dont ils ont besoin et en faire la demande avec eux.
- Identifier les financements et les sources de financement : établir et suivre les disponibilités financières.
- Identifier les personnels nécessaires et les besoins en recrutement (local), et en formation, y compris pour les porteurs de projet eux-mêmes.
- Étudier les moyens de communication et de promotion du projet et voir quel appui la Wilaya peut apporter, en particulier via Internet.

**Conclusion:**

La wilaya de Tizi-Ouzou, qui a été classée parmi les principales régions sur lesquelles repose la nouvelle stratégie de relance et de développement de l'industrie touristique en Algérie, dispose d'un trésor naturel enviable (tourisme balnéaire, climatique et touristique) à même de la réorienter vers l'une de ses vocations : le tourisme.

Il faut également que ce projet soit quantitativement et qualitativement cohérent par rapport aux potentialités spécifiques du territoire concerné.

Ce sont les intervenants publics, parapublics, privés professionnels du tourisme, qui de par leurs actions contribuent au développement de l'activité touristique dans toutes ses formes.

L'efficacité de ces diverses actions suppose l'existence d'un cadre de coordination opérationnelle pour une mise en cohérence des actions à engager sur le terrain. L'organisation de séminaires et de journées du Tourisme périodiques auxquels prendraient part tous les acteurs directs et indirects y compris les hôteliers et les investisseurs seraient un prélude pour la mise en place de la gouvernance touristique.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

D'après l'analyse que nous avons présentée ci-haut, nous pouvons conclure que ces dernières années, le tourisme est devenu un secteur clé dans le développement de l'économie algérienne par l'attraction des touristes.

En revanche son succès exige la participation des différents acteurs et surtout les investisseurs locaux, qui leur nombre s'accroît sur le territoire national.

Le secteur du tourisme en Algérie n'est pas moins important que les autres secteurs et se distingue par la création de richesses et la création d'emplois.

A cet effet, le rôle du ministère du Tourisme est d'accompagner les investisseurs et les opérateurs privés pour assurer un service de qualité et relever le niveau de la formation. Le marché intérieur est une priorité, en raison d'une forte demande, notamment des familles algériennes déplorent l'incapacité des établissements hôteliers, situés au niveau des côtes, à répondre à la demande des Algériens.

Les mécanismes, les outils et la politique qui doivent prévaloir pour hisser le secteur du tourisme seront efficaces et souples, pour cela une approche pragmatique où doivent s'entremêler aussi bien les énergies individuelles et collectives que les logiques des facteurs et des acteurs, le tout enveloppé dans une culture du tourisme qui intègre les dimensions culturelle, sociale, géographique et environnementale. Cela doit impliquer aussi bien les acteurs économiques qu'institutionnels, avec un support de réglementation plutôt incitative que limitative. Dans cette politique le rôle des organismes de soutien et d'accompagnement des investisseurs à côté de la direction du tourisme est primordial.

Malgré les différents chartes et plans de restructuration du secteur public, l'activité touristique n'a pas pu s'imposer. L'échec de ces stratégies d'État a ouvert le marché au secteur privé.

Cet aménagement a pour objet, dans le cadre du plan national de développement économique et social, de développer, d'exploiter, de gérer, d'organiser et de commercialiser dans le secteur public tout établissement touristique faisant partie de leur patrimoine. Nous constatons que cette première restructuration du secteur va dans le sens d'une meilleure prise en charge des aspects du développement touristique dans le sens où la vision globale comme étant une des spécificités du développement touristique pouvait être assurée par les structures mises en place.

## Conclusion générale

---

Plusieurs mesures ont été prises et des institutions sont créées à fin de soutenir l'initiative individuelle, comme conséquence il ya une éclosion de petites et moyennes entreprises dans plusieurs wilayas et régions du pays.

Le pays doit donc poursuivre et renforcer les efforts déjà engagés. En parallèle à des actions massives de développement des infrastructures, les efforts d'investissement. Ces efforts lui permettront en partie de mieux répondre aux attentes de la clientèle internationale (dans toute sa diversité) campagnes ou d'actions de promotion couteuses.

L'encouragement de l'investissement, la stratégie gouvernementale en matière de tourisme se base sur la promotion de la destination Algérie, en la rendant visible sur la scène internationale. Les deux autres axes consistant à assurer la qualité à travers l'opération de réhabilitation en cours des établissements publics, ainsi qu'à concrétiser la concertation et le partenariat public/ privé, ce dernier devant "prendre le relais de l'Etat de manière graduelle.

Encourager et accompagner les investisseurs afin de réaliser des établissements touristiques qui sont conformes aux normes internationales.

L'appui apporté aux investissements touristiques, la promotion de la destination touristique algérienne, le partenariat entre le secteur public et privé et l'accent mis sur la formation touristique vont renforcer le développement de ce secteur.

Cependant, les investisseurs dans le secteur touristique font face à des difficultés, notamment le financement bancaire. Les investisseurs se plaignent également des lenteurs administratives, notamment les délais de délivrance du permis de construire.

# **Bibliographie**

## Bibliographie

---

### Lois et textes

1. L'article 3 de l'annexe de la recommandation 2003/361/CE de la commission, mai 2003 concernant la définition des micros, petites et moyennes entreprises, journal officiel de l'union européen, LI24/38 du 20/05/2003.
2. Ordonnance n°01-03 du 20/08/2001, la loi n°01-18 du 12 décembre 2001, portant l'orientation et la promotion de la PME. Décret exécutif n° 10-131 du 14 Joumada El Oula 1431 correspondant au 29 avril 2010 portant délimitation, déclaration et classement de zones d'expansion et sites touristiques JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 30 20 Joumada El Oula 1431 5 mai 2010 .

### Ouvrages

1. A. Fayolle. Introduction à l'entrepreneuriat. Ed Dunod, paris, 2005.
2. A. Fayolle. Introduction à l'entrepreneuriat. Ed, Dunod, paris, 2005.
3. ALAIN, Fayolle. Entrepreneuriat, apprendre à entreprendre. Ed Dunod, 2004.
4. ANA, Clovic. Les réseaux de PME dans les districts industriels au japon. Ed, l'harmattan, 2010.
5. BRESSY G, C CONCUYT, « économie d'entreprise », Dalloz, Paris, 2000.
6. DRYFEUS-SIGNOLES Catherine : « l'espace touristique », ED BREAL, PARIS 2002.
7. FANCK, Jensen. Entreprendre, une introduction à l'entrepreneuriat. 1<sup>ère</sup> Ed de groupe de Boeck, 2009.
8. Henri, Capron. Entrepreneuriat et création d'entreprise. Ed de Boeck, 2009.
9. HERNANDEZ, EM. L'entrepreneuriat, approche théorique. Ed l'harmattan, 2001.
10. Julien p, Marchesnay M. l'entrepreneuriat. Ed, Economica, Paris, 1996.
11. Louis-Jacques-Filion. Management des PME - De la création à la croissance, Pearson Education, 2007.
12. MARCHESNAY.M, JULIEN MP1998, « la petite entreprise », Vuibert gestion, Paris.
13. P.A Julien. Les PME bilan et perspectives. Ed Economica, 1994.
14. P.A, Julien. PME, bilan est perspective. Ed marquis, janvier 1994.
15. P.A. Julien ; M. Marchesnay. La petite entreprise principe d'économie et de gestion. Ed librairie Vuibert, 1998 .
16. Pierre, Vernimmen. Finance d'entreprise.14<sup>ème</sup> Ed, Dalloz, 2015.

## Bibliographie

---

17. Robert, Wtterwulghe. La PME une entreprise humaine. Ed Boeck. 1998.
18. THIERRI, Verstraete. Histoire d'entreprendre, les réalités de l'entrepreneuriat. Édition EMS, 2000.

### Revue

1. B.M Rédha, R.M Karima, GH Larbi. Magherb review of economic and management, vol 03. N°1, mars 2016.
2. BEAUDET. G, Nadeau. R, CAZELAIS, L'espace touristique, revue Géocarrefour, vol 2, n° 74, 1999.
3. René Gélina, Alain Halley, Real Jacob et Jocelyn Drolet, Les caractéristiques et les spécificités de la PME : favorables ou défavorables au juste-à-temps?, Revue internationale P.M.E. Volume 9, numéro 2, 1996.

### Mémoires

4. ABENOUR, Khammes, Spécificités d'utilisation des outils d'analyse stratégique dans le cadre d'une politique de croissance par les PME, mémoire de magister, sciences économiques, université de MOULOUUD Mammeri de Tizi-Ouzou.
5. ALDJIA, Boukrou. Essai d'analyse des stratégies de pérennité dans les PME Cas : PME dans Tizi-Ouzou, mémoire de magister en sciences économiques. Université MOULOUUD Mammeri, 2011.
6. AMGHAR M, « Essai d'analyse la contribution de la dynamique entrepreneuriale au développement du territoire, cas de BBA, mémoire de magistère, université de Bejaia, 2009.
7. AZIZ, Oussaid. Financement des petites et moyennes entreprises : cas entreprises algérienne, mémoire de magister. Sciences économique, Tizi-Ouzou, université de MOULOUUD Mammeri, 2016, p 23.
8. DECHERA, Mansour. Stratégie de développement des PME et le développement local : essai d'analyse à partir du cas de la région nord-ouest de l'Algérie, mémoire de magister, sciences économiques, université d'Oran, 2013-2014.
9. DECHRA, Mansour. Stratégie de développement des PME et le développement local, mémoire magister, science économique, université d'Oran, 2013-2014.
10. Houria, Sekkal, Forces et faiblesses de la petite et moyenne entreprise privée Algérienne dans le contexte des réformes économiques, mémoire de magister, sciences économiques, université d'Oran, 2011-2012.

## Bibliographie

---

### Autres :

1. Bulletin d'information, Statistique de la PME, N°33, novembre 2018.
2. Commission européenne(2006), la nouvelle définition de la PME, guide de l'utilisation de modèle de déclaration, office des publications- entreprise et industrie.
3. Données internes de la Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2020.
4. Guide de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou. Tourisme algérien : la Grande Kabylie, 2019.
5. Guide du ministère de tourisme, Juin 2018.
6. La 2<sup>ème</sup> conférence de l'OCDE des ministères en charge des PME. Promouvoir l'entrepreneuriat et les PME innovantes dans une économie mondiale. Turquie, 2004.
7. Le tourisme, un impératif national d'avenir, guide pratique, juin 2018
8. SDAT 2030, « le diagnostic, audit du tourisme algérien », Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement, juin 2008.

### Site internet

1. [Www. Ansej.org.dz](http://www.Ansej.org.dz).
2. <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-du-tourisme>.
3. [https://www.mta.gov.dz/?page\\_id=909](https://www.mta.gov.dz/?page_id=909).
4. <http://www.andi.dz/index.php/fr/le-foncier-lie-a-l-investissement>,
5. [www.andi.dz](http://www.andi.dz)
6. <http://www.andi.dz/index.php/fr/secteur-du-tourisme>.

# **Annexes**

## Annexe

---

### **Annexes n° : Questions des entretiens**

- Quelles sont les procédures administratives pour la réalisation d'un projet touristique?
- Quel est le cheminement d'un dossier d'investissement touristique ?
- Quels types d'investissement touristiques?
- Quelles sont les règles applicables au foncier en cas de projets touristiques?
- Qui est la nature de l'apport et du soutien aux investisseurs ?
- Comment se réalise le suivi des projets d'investissement touristique ?
- Quel est le rôle du bureau d'accompagnement des projets touristiques ?
- Quel est le rôle du bureau de suivi et du contrôle ?
- Comment se déroule l'accompagnement des investisseurs touristiques ?

-

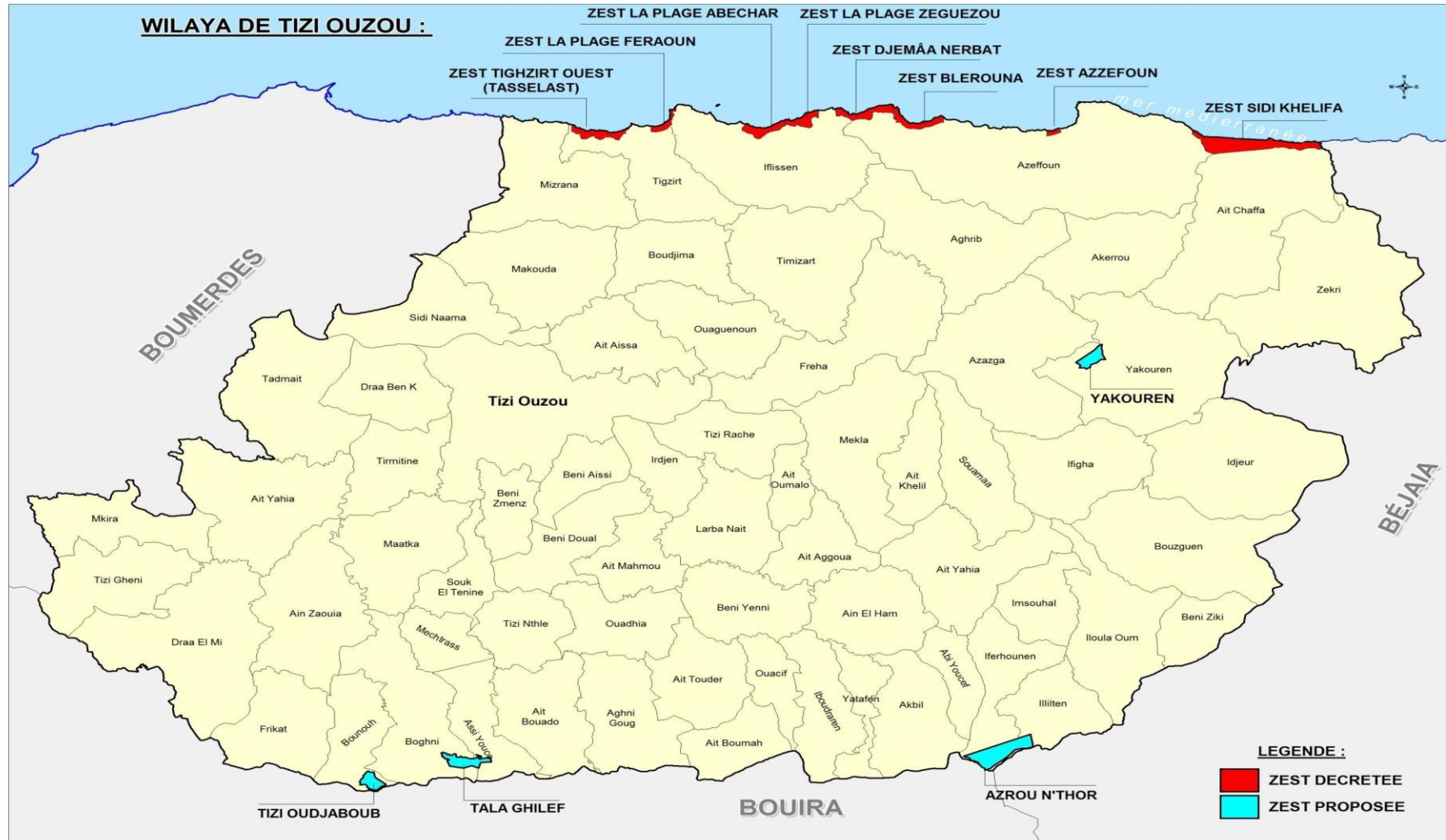
## Annexes

### Annexent°02 : Les projets touristiques en cours de réalisation

N°	Forme juridique	Commune	Secteur d'activité	Liste des principales activités	Total
1	P Ph	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL RESTAURANT "L'ORIENTAL"	8
2	P Ph	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL RESTAURANT "ABZIM"	12
3	SPA	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL	8
4	EURL	Illilten	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	8
5	EURL	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL RESTAUR.G MESSAOUDENE MO	35
6	P Ph	Azeffoun	Tourisme	COMPLEXE TOURISTIQUE "LITORAL"	15
7	P Ph	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL OLYMPIA	8
8	P Ph	Tigzirt	Tourisme	HOTEL BAR RESTAURANT	8
9	SARL	Azeffoun	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	13
10	SARL	Ouadhias	Tourisme	HOTEL RESTAURANT "LES ARCADES"	8
11	SARL	LarbaaNathIrathen	Tourisme	HOTEL CAFE BAR RESTAURANT	7
12	SARL	Tigzirt	Tourisme	HOTEL GRT AIT AOUDIA MAHMOUD	10
13	SARL	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	11
14	SARL	Tizi-Ouzou	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	6
15	SARL	Boghni	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	13
16	P Ph	Azeffoun	Tourisme	HOTEL RESTAURANT	10

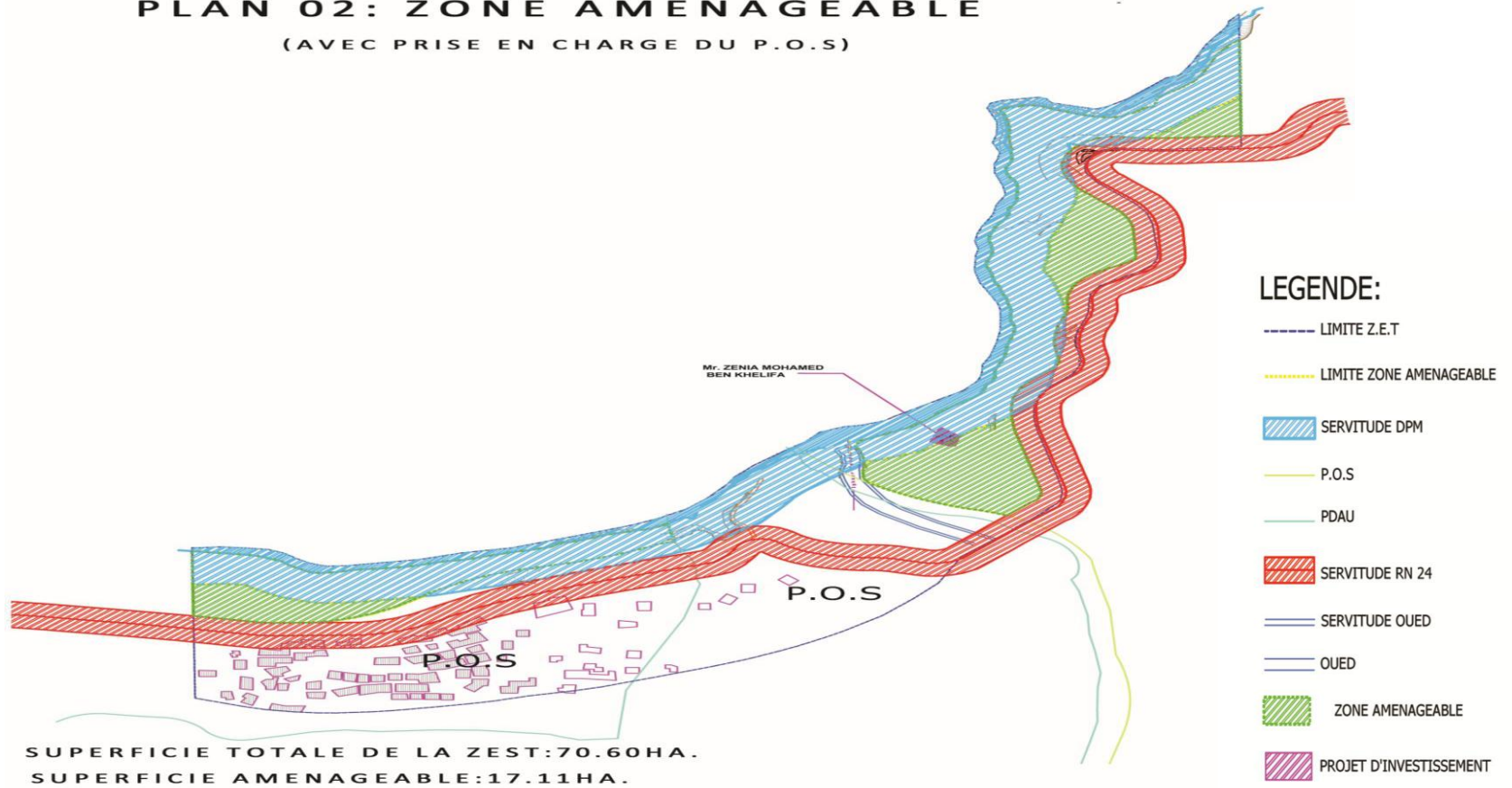
## Annexes

### Annexe n° 03 : Localisation des zones d'expansion et site touristique au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou

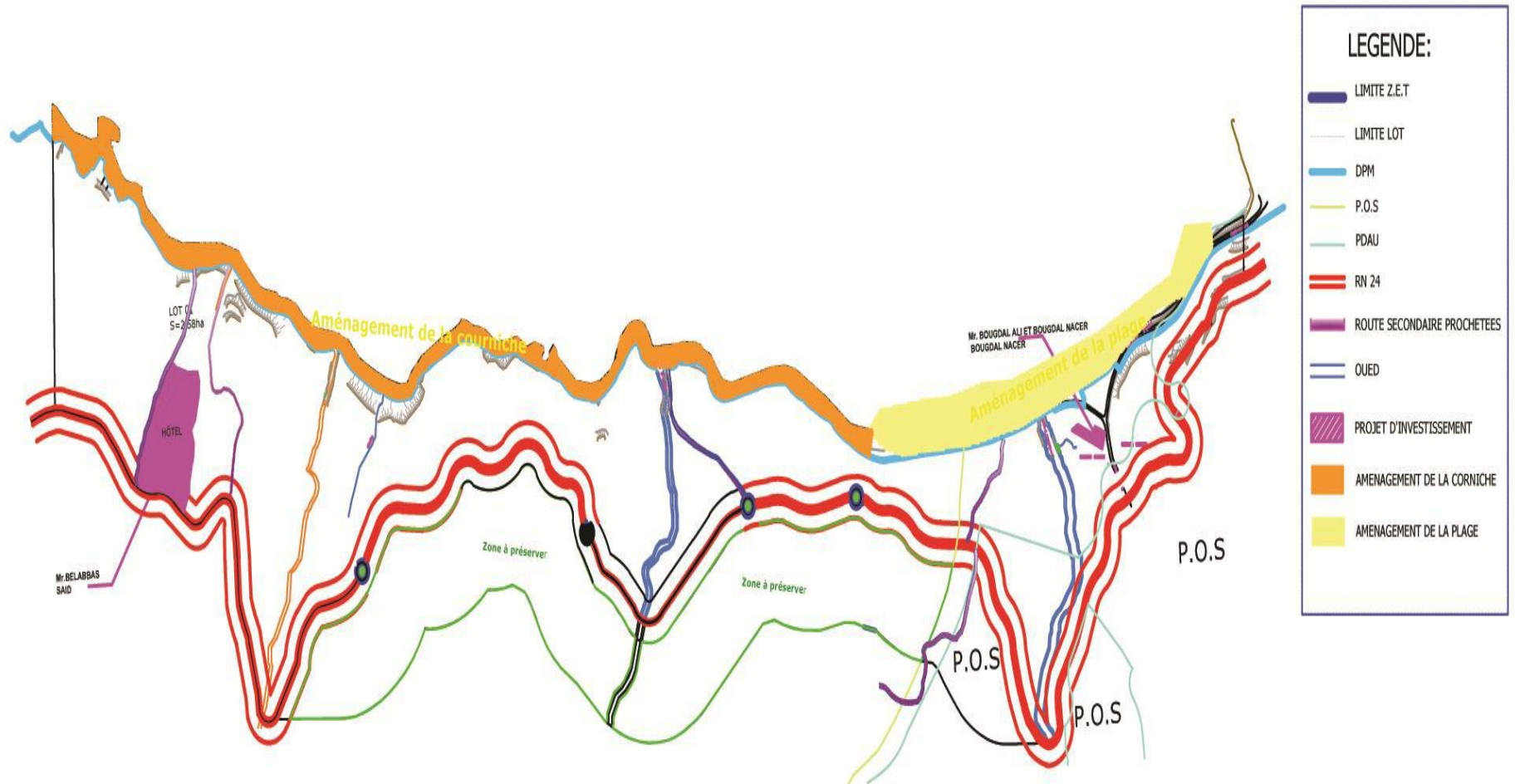


Annexe n°04 : Zone aménageable de la ZEST PLAGE FERAOUN

**PLAN 02 : ZONE AMENAGEABLE**  
(AVEC PRISE EN CHARGE DU P.O.S)



Annexe n° : 05 : Carte de la zone aménageable de la ZEST TIGHZIRT OUEST



Annexe n°06 : Carte de l'aménagement de la ZET BELROUNA



## Annexe n° 07:

12	JOURNAL OFFICIEL DE LA REPUBLIQUE ALGERIENNE N° 11	18 Dhou El Hidja 1423 19 février 2003
<p>Vu la loi n° 90-29 du 1er décembre 1990 relative à l'aménagement et à l'urbanisme ;</p> <p>Vu la loi n° 90-30 du 1er décembre 1990 portant loi domaniale ;</p> <p>Vu la loi n° 90-31 du 4 décembre 1990 relative aux associations ;</p> <p>Vu la loi n° 91-11 du 27 avril 1991 fixant les règles relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique ;</p> <p>Vu la loi n° 98-04 du 20 Safar 1419 correspondant au 15 juillet 1998 relative à la protection du patrimoine culturel ;</p> <p>Vu la loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie ;</p> <p>Vu l'ordonnance n° 01-03 du Aouel Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative au développement de l'investissement ;</p> <p>Vu la loi n° 01-20 du 27 Ramadhan 1422 correspondant au 12 décembre 2001 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire ;</p> <p>Vu la loi n° 02-02 du 22 Dhou El Kaada 1422 correspondant au 5 février 2002 relative à la protection et à la valorisation du littoral ;</p> <p>Vu la loi n° 03-01 du 16 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relative au développement durable du tourisme ;</p> <p>Vu la loi n° 03-02 du 16 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 fixant les règles générales d'utilisation et d'exploitation touristiques des plages ;</p>	<p style="text-align: center;"><b>CHAPITRE I</b></p> <p style="text-align: center;"><b>DES DISPOSITIONS GENERALES</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Section I</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Des définitions</b></p> <p>Art. 2. — Il est entendu, au sens de la présente loi, par :</p> <p>— <b>Zone d'Expansion Touristique (ZET)</b> : toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines et créatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique et pouvant être exploitée pour le développement d'au moins une sinon plusieurs formes rentables de tourisme.</p> <p>— <b>Site touristique</b> : tout paysage ou lieu présentant un attrait touristique par son aspect pittoresque, ses curiosités, ses particularités naturelles ou les constructions qui y sont édifiées, auquel est reconnu un intérêt historique, artistique, légendaire ou culturel, et qui doit être entretenu ou mis en valeur dans son originalité et préservé tant de l'érosion que des dégradations du fait de la nature ou de l'homme.</p> <p>— <b>Zone de protection</b> : partie d'une zone d'expansion ou d'un site touristique non constructible nécessitant une protection particulière en vue de conserver ses qualités naturelles, archéologiques ou culturelles.</p>	
<p>Après adoption par le Parlement,</p> <p><b>Promulgue la loi dont la teneur suit :</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Section 2</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Des principes généraux</b></p> <p>Art. 3. — La délimitation, le classement, la protection, l'aménagement, la promotion et la réhabilitation des zones d'expansion et sites touristiques sont d'utilité publique.</p> <p>Art. 4. — En vue d'encourager le développement et la protection des zones d'expansion et sites touristiques, l'Etat élabore des stratégies et des programmes à même de créer des effets d'entraînement positifs sur l'économie nationale.</p> <p>Art. 5. — Le développement et l'aménagement des zones d'expansion et sites touristiques doivent être compatibles avec les législations relatives à la protection de l'environnement et du littoral et celle relative à la protection du patrimoine culturel lorsque lesdits espaces intègrent un patrimoine culturel classé.</p> <p>Le développement et l'aménagement des zones d'expansion et sites touristiques s'intègrent dans le cadre du schéma national d'aménagement du territoire.</p> <p>Art. 6. — Tout aménagement ou exploitation des zones d'expansion et sites touristiques en violation du plan d'aménagement touristique et des règles prévues dans la présente loi est interdit.</p> <p>Art. 7. — Toute utilisation ou exploitation des zones d'expansion et sites touristiques qui ont pour but d'altérer leur vocation touristique sont interdites.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>DISPOSITION PRELIMINAIRE</b></p> <p>Article 1er. — La présente loi a pour objet de définir les principes et règles de protection, d'aménagement, de promotion et de gestion des zones d'expansion et sites touristiques.</p> <p>Elle a pour objectifs :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— L'utilisation rationnelle et harmonieuse des espaces et ressources touristiques en vue d'assurer le développement durable du tourisme ;</li> <li>— L'intégration des zones d'expansion et sites touristiques ainsi que les infrastructures de développement des activités touristiques dans le schéma national d'aménagement du territoire ;</li> <li>— La protection des bases naturelles du tourisme ;</li> <li>— La préservation du patrimoine culturel et des ressources touristiques à travers l'utilisation et l'exploitation, à des fins touristiques, du patrimoine culturel, historique, culturel et artistique ;</li> <li>— La création d'un bâti harmonieusement aménagé et adapté au développement des activités touristiques et la sauvegarde de sa spécificité.</li> </ul>		

**CHAPITRE II**  
**DE LA PROTECTION, DE L'AMENAGEMENT**  
**ET DE LA GESTION**  
**DES ZONES D'EXPANSION ET SITES**  
**TOURISTIQUES**

**Section I**

**De la protection des zones d'expansion**  
**et sites touristiques**

Art. 8. — En vue de la protection et de la préservation de leur vocation touristique, des parties du territoire national peuvent être délimitées zones d'expansion et sites touristiques.

Le territoire délimité et déclaré peut s'étendre au domaine public maritime.

La délimitation et la déclaration des zones d'expansion et sites touristiques reposent sur les résultats d'études d'aménagement touristique.

Art. 9. — La délimitation et la déclaration confèrent une vocation touristique à la zone d'expansion et au site touristique.

Art. 10. — Les zones d'expansion et sites touristiques sont classés zones touristiques protégées et sont soumis, à ce titre, aux mesures de protection particulières ci-après :

— L'occupation et l'exploitation des terrains situés à l'intérieur de ces zones et sites dans le respect des règles d'aménagement et d'urbanisme,

— La préservation des zones d'expansion et sites touristiques contre toutes les formes de pollution de l'environnement et de dégradation des ressources naturelles et culturelles,

— L'implication des citoyens dans la sauvegarde du patrimoine et des potentialités touristiques,

— L'interdiction de l'exercice de toute activité incompatible avec l'activité touristique.

Art. 11. — Les zones d'expansion et sites touristiques sont délimités, déclarés et classés par voie réglementaire.

**Section II**

**De l'aménagement et de la gestion**  
**des zones d'expansion et sites touristiques**

Art. 12. — L'aménagement et la gestion d'une zone d'expansion et d'un site touristique doivent intervenir conformément aux prescriptions du plan d'aménagement touristique élaboré par l'administration chargée du tourisme dans un cadre concerté, et approuvé par voie réglementaire.

Art. 13. — Le plan d'aménagement touristique, cité à l'article 12 ci-dessus, s'inscrit dans le cadre des instruments d'aménagement du territoire et de l'urbanisme.

A ce titre, le plan d'aménagement touristique vaut permis de lotir pour les parties constructibles.

Les modalités d'application du présent article sont définies par voie réglementaire.

Art. 14. — Le plan d'aménagement touristique, intègre :

— La protection de la beauté naturelle et des sites culturels dont la conservation constitue un facteur primordial d'attraction touristique,

— La réalisation, sur la base d'objectifs, d'investissements de nature à entraîner le développement multiforme des potentialités que renferment les zones d'expansion et sites touristiques.

Le plan d'aménagement touristique tient compte particulièrement :

- des spécificités et potentialités des régions,

- des besoins économiques et socio-culturels,

- des obligations d'exploitation rationnelle et cohérente des zones et espaces touristiques.

Art. 15. — Le plan d'aménagement touristique a, notamment, pour objet :

- de délimiter les zones urbanisables et constructibles,

- de délimiter les zones à protéger,

- de déterminer le programme d'activités à réaliser,

- de fixer les fonctions compatibles et les investissements correspondants,

- d'arrêter les aménagements structurants à réaliser,

- d'élaborer le parcellaire destiné aux projets à entreprendre, en cas de besoin.

Le plan d'aménagement touristique comprend :

- un règlement portant sur les droits à construire et les servitudes,

- des plans techniques des aménagements et des infrastructures de base.

Art. 16. — Il peut être procédé dans le plan d'aménagement touristique, le cas échéant, à un remembrement de l'assiette foncière pour assurer la faisabilité de l'aménagement et de l'investissement.

Art. 17. — L'élaboration des études, les travaux d'aménagement et la réalisation d'infrastructures des zones d'expansion et sites touristiques, incombent à l'Etat.

Art. 18. — L'acquisition, l'aménagement, la promotion, la rétrocession ou la location aux investisseurs des terrains situés dans les zones d'expansion et sites touristiques destinés à la réalisation d'infrastructures touristiques sont confiés à " l'Agence nationale de développement du Tourisme ".

Art. 19. — Quelle que soit la nature juridique des terrains situés à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques, leur utilisation et leur exploitation doivent être conformes aux dispositions de la présente loi et de la loi n° 98-04 du 20 Safar 1419 correspondant au 15 juillet 1998 relative à la protection du patrimoine culturel.

### CHAPITRE III DU FONCIER TOURISTIQUE

#### Section I

##### De la constitution du foncier touristique

Art. 20. — Le foncier touristique constructible est constitué de terrains prévus à cet effet par le plan d'aménagement touristique.

Il comprend les terrains appartenant au domaine national public et privé et ceux appartenant aux particuliers.

Art. 21. — L'Etat peut exercer un droit de préemption à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques.

"L'Agence Nationale de Développement du Tourisme" exerce ce droit sur tout immeuble, ou construction réalisé dans le cadre de la présente loi situé à l'intérieur de la zone d'expansion touristique, qui ferait l'objet d'une cession volontaire à titre onéreux ou gratuit.

Les modalités d'application du présent article sont définies par voie réglementaire.

Art. 22. — Le foncier touristique constructible peut être acquis auprès des particuliers conformément à un accord amiable entre les parties.

Lorsque le recours à tous les autres moyens a abouti à un résultat négatif, l'Etat, à la demande du ministre chargé du tourisme, peut procéder à l'acquisition desdits terrains, et ce, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique.

Les terres appartenant au domaine national privé situées à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques, nécessaires à la réalisation des programmes d'investissement prévus dans le plan d'aménagement touristique, sont cédées à l'agence nationale de Développement du tourisme, conformément à un accord amiable.

Outre les dispositions de l'article 31 de la présente loi, l'Etat peut prendre les mesures nécessaires au soutien des prix du foncier touristique à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques.

Les modalités du présent article sont fixées par voie réglementaire.

Art. 23. — Sous réserve des dispositions législatives en vigueur relatives à l'urbanisme et à l'hôtellerie, toute transformation, extension ou démolition d'un établissement hôtelier ou touristique situé à l'intérieur d'une zone d'expansion ou d'un site touristique, est soumise à l'avis préalable du ministère chargé du tourisme.

Art. 24. — A l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques, la délivrance du permis de construire est soumise à l'avis préalable du ministère chargé du tourisme et en coordination avec l'administration chargée de la culture, lorsque ces zones comprennent des sites culturels classés.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.

Art. 25. — Sans préjudice des dispositions des articles 14 et 17 de la loi n° 02-02 du 22 Dhou El Kaada 1422 correspondant au 5 février 2002 relative à la protection et à la valorisation du littoral, les terrains constituant le foncier touristique prévu à l'article 20 de la présente loi ne peuvent être concédés ou rétrocédés qu'au profit des investissements prévus par le plan d'aménagement touristique et agréés conformément aux dispositions de la loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie et de l'ordonnance n° 01-03 du Aouel Joumada Ethania 1422 correspondant au 20 août 2001 relative au développement de l'investissement.

La rétrocession de ces terrains par l'Agence, ou leur concession par l'institution publique compétente doit être assortie dans tous les cas d'un cahier des charges.

Les modalités d'application du présent article sont fixées par voie réglementaire.

Art. 26. — Les terrains acquis dans le cadre de la présente loi ne peuvent être rétrocédés ou loués avant leur aménagement définitif par l'agence nationale de Développement du Tourisme conformément au plan d'aménagement touristique et au cahier des charges.

Art. 27. — L'investisseur bénéficiaire d'un terrain destiné à la réalisation d'un projet d'investissement touristique à l'intérieur des zones d'expansion touristique, acquis auprès de l'agence nationale de développement du tourisme ou dans le cadre d'une concession par l'institution publique compétente, est tenu de réaliser le projet dans les délais fixés dans le cahier des charges.

Dans le cas où le bénéficiaire ne respecte pas cet engagement, il est procédé, selon le cas, à la résiliation du contrat de vente ou au retrait de la concession.

Art. 28. — Toute opération de vente ou de location de biens privés situés à l'intérieur des zones d'expansion doit être notifiée au ministère chargé du tourisme, pour permettre à l'agence nationale de développement du tourisme d'exercer le droit de préemption.

En cas de cession ou de location, l'acquéreur ou le locataire est tenu au respect des prescriptions du cahier des charges.

#### Section 2

##### Du contrôle de la conformité des réalisations

Art. 29. — Sans préjudice des dispositions de la législation et de la réglementation en vigueur relatives à l'aménagement et à l'urbanisme, la construction et l'exploitation des terrains constructibles à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques obéissent aux prescriptions du plan d'aménagement touristique.

# **Table des matières**

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des figures et tableaux	
Sommaire .....	
Introduction générale.....	1
<b>Chapitre I : Généralité sur les PME et l’entrepreneuriat.....</b>	<b>4</b>
Introduction du chapitre .....	5
Section 01 : L’émergence des PME et l’action d’entreprendre.....	6
1.1.PME : Notion et caractéristiques .....	6
1.1.1.Définition de la PME.....	6
1.1.2.Définition de la PME en Algérie .....	8
1.2.Les critères des PME .....	9
1.2.1.Approche quantitative de la PME .....	9
1.2.2.Approche qualitative de la PME .....	11
1.3.Les spécificités des PME.....	13
1.3.1.La centralisation de la gestion.....	14
1.3.2.Faible spécialisation.....	14
1.3.3.Une stratégie intuitive ou peu formalisée .....	14
1.3.4.Un système d’information interne peu complexe.....	14
1.3.5.Un système d’information externe simple.....	15
1.3.6.La recherche d’un environnement stable.....	15
1.4.Les sources de financement des PME.....	15
1.4.1.Financement interne.....	15
1.4.2.L’autofinancement.....	16
1.4.3.Le financement externe (direct et indirect).....	16
1.4.4.Apport au financement des PME en Algérie .....	16
Section 02 : Esprit d’entreprise et entrepreneuriat.....	19
2.1.L’esprit d’entreprendre et l’entrepreneuriat .....	19
2.1.1.Définition de l’esprit d’entreprise .....	20
2.1.2.Aperçu sur le phénomène entrepreneurial.....	20
Section 03 : Politique d’entrepreneuriat et création des PME en Algérie.....	26

## Table des matières

---

3.1.Évolution de PME en Algérie.....	26
3.2.La place et le rôle des PME dans l'économie algérienne.....	27
3.2.1.Contribution de la PME à la création de l'emploi .....	28
3.2.2.La contribution de la PME à la création de la richesse.....	28
3.3.La promotion des PME en Algérie .....	29
3.3.1.Les mesures d'appui et de soutien à l'innovation dans les PME en Algérie .....	30
3.3.2.Le programme MEDI.....	31
Conclusion.....	32
<b>Chapitre II : L'entreprenariat touristique en Algérie : état des lieux.....</b>	<b>33</b>
Introduction du chapitre .....	34
1.1.Promotion du tourisme en Algérie .....	35
1.1.1.Le soutien aux entreprises de gestion touristique.....	36
1.2.Les mesures incitatives à l'investissement touristique .....	39
1.2.1.Avantages liés à l'accès au foncier.....	39
1.2.2.Avantages fiscaux et parafiscaux accordés par ANDI.....	40
1.3.Les actions de promotion du tourisme en Algérie .....	42
Section 02 : Programmes de promotion du tourisme en Algérie .....	44
2.1.L'aménagement touristique en Algérie.....	44
2.1.1.Définition d'aménagement touristique .....	44
2.1.2.Les instruments d'aménagement touristique en Algérie .....	44
Section 03 : La valorisation et développement du tourisme en Algérie .....	50
3.1. L'offre d'hébergement touristique .....	50
3.2. La valorisation du potentiel touristique local.....	50
3.3. Les principaux enjeux de touristique en Algérie.....	51
3.3.1. Les orientations stratégiques de l'Etat.....	52
3.3.2. La préservation et la protection des territoires à vocation touristique.....	52
Conclusion.....	54
<b>Chapitre III : Les projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....</b>	<b>55</b>
Introduction .....	56
Section 01 : présentation de l'organisme d'accueil.....	57
1.1. Historique.....	57
1.2. Organigramme de la direction de tourisme et de l'artisanat .....	58
1.3.Missions de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat.....	59

## Table des matières

---

1.3.1.En matière du Tourisme .....	59
1.3.2.En matière de l'Artisanat.....	60
1.3.3.Activités du secteur .....	61
1.4.Les Objectifs de la direction du tourisme et de l'artisanat .....	62
Section 02 : Etat des lieux des équipements touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	62
2.1.Aperçu sur le secteur du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	63
2.1.1.La richesses touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou .....	63
2.1.2.Le patrimoine culturel.....	64
2.1.3.Les infrastructures touristiques .....	66
Section 03: Présentation de la méthodologie de recherché et interprétation des résultats .....	68
3.1.Principe méthodologique.....	68
3.2.Résultat de l'étude .....	68
3.2.1.L'étude des projets .....	68
3.2.2.Accès au foncier .....	69
3.2.3.Les procédures administratives pour la réalisation d'un projet touristique.....	70
3.2.4.Exploitation des établissements hôteliers .....	71
3.2.5.Exploitation et d'aménagement des ZEST.....	72
3.3.Le programme de relance des projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou .....	73
3.3.1.La réhabilitation des établissements hôteliers .....	73
3.3.2.Les nouveaux projets touristiques .....	73
3.3.3.Accès au prêt bancaire .....	79
3.3.4.La promotion des investissements touristique .....	79
3.3.6.Des mesures d'accompagnement des investisseurs .....	81
Conclusion.....	84
Conclusion générale .....	85
Bibliographie.....	88
Annexes	
Table des matières	

## **Résumé**

Aujourd'hui le tourisme joue un rôle très important dans la croissance économique, ce rôle a poussé les pouvoirs publics à promouvoir l'investissement touristique à travers diverses institutions et dispositifs. Ces derniers sont chargés de faciliter les démarches aux porteurs de projets qui souhaitent investir.

L'Algérie, et plus spécifiquement la Wilaya de Tizi-Ouzou, ont aujourd'hui une opportunité exceptionnelle de pouvoir concevoir et développer un tourisme en conformité avec les principes d'un tourisme durable et respectueux des ressources, alors même que certains de ses voisins proches cherchent aujourd'hui à changer leur image « tourisme balnéaire de masse » et réorienter leur développement

Le secteur touristique au niveau de la région de Tizi-Ouzou a connu un essor remarquable, notamment en termes de création de projets d'investissements touristiques à travers les programmes de soutien, et les organismes de suivi en l'occurrence la direction du tourisme et de l'artisanat.

Après avoir donné un aperçu sur l'entrepreneuriat touristique ainsi que l'intérêt accordé par les pouvoirs publics à la promotion de l'investissement j'ai présenté une étude empirique auprès de cette direction du tourisme qui est l'acteur principal dans la promotion et l'accompagnement des porteurs de projets touristiques.

## **Summary**

Today tourism plays a very important role in economic growth, this role has pushed the public authorities to promote tourism investment through various institutions and devices. The latter are responsible for facilitating the procedures for project leaders who wish to invest.

Algeria, and more specifically the Wilaya of Tizi-Ouzou, today have an exceptional opportunity to be able to design and develop tourism in accordance with the principles of sustainable tourism and respectful of resources, even though some of its neighbors relatives are now seeking to change their image of "mass seaside tourism" and reorient their development

The tourism sector in the Tizi-Ouzou region has experienced remarkable growth, particularly in terms of the creation of tourism investment projects through support programs, and monitoring organizations, in this case the Tourism and Tourism Department. craftsmanship.

After having given an overview on tourism entrepreneurship as well as the interest given by the public authorities to the promotion of investment I presented an empirical study to this tourism department which is the main actor in the promotion and support for promoters of tourism projects.