



UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU

**Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des
Sciences de Gestion**

Département des Sciences Commerciales

Mémoire De Master

**En vue de l'obtention du diplôme de Master académique en
Sciences Commerciales**

Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

Thème :

***La création de projets touristiques dans le cadre de
l'ANDI, Guichet Unique Décentralisé de
Tizi-Ouzou***

Présenté par :

MEZIANI Karima

YAHIA Meryem

Dirigé par :

Dr HADJOU Lamara

Devant le jury composé de :

Président : M^rOUALIKENE Selim, Professeur UMMTO

Rapporteur : M^rHADJOU Lamara M.C.A UMMTO

Examineurs : M^rMOUZAOUI Zaki M.C.B UMMTO

M^rKHEDDACHE Samir M.C.BUMMTO

MemebreInvité : M^rOUNOUH Aziz

Promotion 2017/2018

Remerciements

*Tout travail de recherche n'est jamais l'œuvre d'une seule personne.
A cet effet, nous exprimons notre reconnaissance et nos remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.*

Notre première reconnaissance va à notre responsable de spécialité et qui est notre encadreur M. HADJOU Lamara pour avoir bien voulu diriger ce travail, et qui nous a guidés, encouragé et conseillé tout au long de cette recherche.

Nous présentons nos remerciements également aux membres du jury pour avoir accepté d'évaluer ce travail de recherche.

Ensuite, nos remerciements iront à l'équipe pédagogique qui a veillé au déroulement de ce master dans de bonnes conditions.

Nous remercions également tous les enseignants de l'université Mouloud Mammeri, qui ont contribué à notre formation tout au long de notre cursus universitaire.

Nous tenons à remercier particulièrement tout le personnel de l'ANDI de Tizi-Ouzou qui se sont bien occupé de nous durant notre quête de savoir et de nous apporter aide durant la période de stage.

Notre reconnaissance va également à tout le personnel de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, ainsi que tous les responsables et les porteurs de projets touristiques de la wilaya.

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents.

A mes frères et sœurs.

A mes nièces et neveux.

A tous mes amis(es).

*A tous ceux qui ont contribué à ma
réussite de près ou de loin.*

MEZIANI Karima

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail :

A la mémoire de mon cher père qui a été ma source de courage

*A ma très chère mère qui a été toujours à mes côtés dans tout
mon chemin d'étude*

A mon cher mari Yacine

Ma chère grand-mère

Ma belle mère et mon beau père,

Nana, Dada hemad

Yahia Madjid et toute sa famille

*A mes frères (dada amrane, dada Abdallah, smail, arab et leurs
enfants, kader, amara, slimane)*

A mes sœurs (djaouida et ses enfants, zahia, samira, ouisa)

Mes beaux frères (Hicham et Khaled)

A mes tantes (Vanissa, Karima et leurs anges enfants)

Ma binôme Karima et toute sa famille

YAHIA Meryem

Liste des abréviations

Liste des abréviations

ABC- Algeria: Arab **B**anking Corporation-**A**lgeria

ALC: Arab **L**easing Corporation

ANDI : Agence Nationale de **D**éveloppement de l'**I**nvestissement

AND-PME : Agence Nationale de **D**éveloppement de la PME

A NDT : l'Agence Nationale de **D**éveloppement **T**ouristique

ANGEM : Agence Nationale de **G**estion du **M**icrocrédit

ANSEJ : Agence Nationale de **S**outien à l'**E**mploi des **J**eunes

APC : Assemblée **P**opulaire **C**ommunale

APSI : Agence de **P**romotion, de **S**outien, et de suivi d'**I**nvestissement

BADR : **B**anque d'**A**griculture et du **D**éveloppement **R**ural

BDL : **B**anque du **D**éveloppement **L**ocal

BEA : **B**anque **E**xtérieur d'**A**lgérie

BNA : **B**anque **N**ational d'**A**lgérie

BP : la **B**alance des **P**aielements

CASNOS : La **C**aisse **N**ationale de **S**écurité **S**ociale des **N**on **S**alariés

CGCI-PME : La **C**aisse de **G**arantie des **C**rédits a l'**I**nvestissement

CPA : **C**rédit **P**opulaire d'**A**lgérie

CNAC : la **C**aisse **N**ationale d'**A**ssurance **C**hômage

CNAN : **C**ompagnie **N**ationale de **N**avigation

CNAS : **L**a **C**aisse **N**ationale des **A**ssurances **S**ociales

CNEP : **C**aisse **N**ationale de l'**E**pargne et de **P**révoyance

CNI : Le **C**onseil **N**ational de l'**I**nvestissement

CNMA : **L**a **C**aisse **N**ationale de **M**utualité **A**gricole

CU : **C**atégorie **U**nique

EI : **E**ntreprise **I**ndividuelle

E.N.S.T : **E**cole **N**ationale **S**upérieure du **T**ourisme d'**A**lger

E.S.H.R.A : **E**cole **N**ationale d'**H**ôtellerie et de **R**estauration d'**A**lger

Liste des abréviations

EURL : Entreprise Unipersonnelle **A** Responsabilité Limité

FGACR : Le **F**ond de **G**arantie des **C**rédits

Ha : Hectares

IBS : l'Impôt sur le **B**énéfice des **S**ociétés

IRG : Impôt Sur Le **R**evenu **G**lobal

Kms : Kilomètres

M.A.T.T.A : Le **M**inistère de l'**A**ménagement du **T**erritoire, du **T**ourisme et de l'**A**rtisanat

MLA: **M**aghreb **L**easing **A**lgeria

NC : Non Classe

OMT : **O**rganisation **M**ondiale du **T**ourisme

O.N.T : l'**O**ffice Nationale du **T**ourisme

PME : **P**etite et **M**oyenne **E**nterprise

PNUE : **L**e **P**rogramme des **N**ations **U**nies pour l'**E**nvironnement

PIB : **P**roduit **I**ntérieur **B**rute

SARL : Société **A** Responsabilité Limité

SE : Sans Etoiles

SNL : La Société Nationale **L**easing

SPA : Société **P**ar **A**ction

TAP : la **T**axe sur l'**A**ctivité **P**rofessionnelle

TVA : **T**axe sur la **V**aleur **A**jsouté

UNWTO : **W**orld **T**ourism **O**rganization

ZEST : **Z**ones d'**E**xpansions et des **S**ites **T**ouristiques

Introduction générale

Au fil des décennies, le secteur du tourisme n'a cessé de se développer, et de croître au point que le tourisme est devenu l'un des secteurs économiques avec une croissance des plus rapides dans le monde. Le nombre de touristes dans le monde a atteint un milliard¹.

Les revenus de l'activité touristique se classent parmi les plus importants secteurs dans le commerce mondial, il vient juste après celui des industries pétrolières. L'OMT qualifie les voyages internationaux comme un « grand » secteur dans le commerce mondial, il est classé troisième.

Avec un chiffre d'affaire presque égal à celui des industries pétrolières, le rôle du tourisme dans le moteur du développement de l'économie mondiale est plus qu'avéré. Son importance est d'autant plus considérable que cet essor que connaît le secteur, il attire de plus en plus l'attention des pays qui ont compris que les touristes sont sources de revenus importants, et donc, augmentent leurs investissements dans les infrastructures touristiques pour accueillir toujours plus de voyageurs possible.

L'Algérie étant le plus grand pays du continent africain, et bénéficiant de paysages exceptionnels classés pour la plus grande partie au rang de patrimoine culturel mondial, est un pur produit touristique.

La mauvaise conjoncture économique que connaît le pays actuellement, attire l'attention des acteurs économiques vers le développement d'autres secteurs porteurs qui peuvent être un levier de croissance économique.

*« Les flux touristiques ont enregistré des croissances considérables, la plus importante a été atteinte en 2013, avec 1.7 millions de touristes. Cette situation positive a positionné l'Algérie, depuis plusieurs années en cinquième rang, en nombre de touristes dans le continent africain, après le Maroc, l'Égypte, l'Afrique du Sud et la Tunisie. »*². Sur la base de ces chiffres de la direction des systèmes d'informations et des statistiques, le tourisme devient pour l'Algérie un enjeu économique important et fait de lui une priorité à l'échelle nationale.

Le Président algérien, Abdelaziz Bouteflika, a déclaré aux participants des Assises du Tourisme de février 2008 que *« Le tourisme doit être une priorité nationale pour l'Algérie et il*

¹ World Tourism Organization, L'OMT salue l'arrivée du milliardième touriste dans le monde, PR No : pr12077, 13 /12/2012, consulté le 15 /11/2018 disponible sur le site www.unwto.org.

² Revue : Production des Statistiques du Tourisme en Algérie, Palais des Nations, Alger, février 2017, p. 7.

y a de nombreuses attentes de la part des algériens dans ce domaine. Il est devenu impératif de pousser le développement du secteur touristique, sachant que l'Algérie exporte actuellement plus de touristes qu'elle n'en reçoit »³.

Le désir national de rendre le tourisme acteur principal dans la croissance nationale, les organismes nationaux liés au développement économique mettent en place des dispositifs visant à créer de nouveaux projets touristiques prometteurs et à attirer des investissements dans ce secteur. Parmi ces organismes, il y a l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement qui est mise en place à fin de suivre et accompagner les projets touristique lors de leurs créations, extensions ou réhabilitation et offres de nombreux avantages fiscaux et extra-fiscaux aux porteurs de ces projets.

Le guichet unique décentralisé de l'agence de développement de l'investissement de Tizi-Ouzou, est installée dans le but de promouvoir l'investissement dans la région et de lui permettre ainsi de créer une nouvelle source de rentabilité économique est de ce faite participer au développement du pays.

Problématique

Notre travail de recherche s'articule autour d'une question principale, à laquelle nous nous efforcerons de répondre :

Quel est l'impact de l'agence nationale de développement de l'investissement de la wilaya de Tizi-Ouzou sur le développement de secteur touristique ?

Notre question centrale suscite des questions secondaires, notamment :

- Quelle est la contribution de l'ANDI dans le développement de l'investissement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?
- Quelle est l'apport des projets touristique à travers l'ANDI dans l'expansion du secteur touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?

³Revue : Discours présidentiel prononcé aux assises du tourisme février 2008

L'objectif de la recherche

- L'objectif de notre travail de recherche consiste à présenter quelques éléments d'analyse concernant la contribution de la création des projets touristique au sein de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement de la wilaya de Tizi-Ouzou sur le développement touristique dans cette région.
- Autrement dit, c'est l'évaluation de l'efficacité de ce dispositif dans la création des infrastructures répondant aux besoins touristiques de la wilaya

Méthodologie de recherche

Pour répondre à la problématique posée, nous envisageons d'adopter la démarche suivante :

D'une part, une approche théorique concernant l'activité touristique, nous nous appuierons sur une étude documentaire basée sur la consultation des différents ouvrages traitants la question, travaux et thèses réalisés sur le sujet, revues et articles spécialisés, sites internet pour la compréhension des concepts relatifs à notre problématique.

D'autre part, nous comptons sur une approche de terrain à travers :

- Une recherche documentaire et des enquêtes auprèsdes déférentes dispositifs (ANSEJ, ANGEM, CNAN), la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou.
- Nous allons effectuer un stage pratique, d'une durée de (02mois) au niveau d'une Agence publique algérienne en l'occurrence l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement, Guichet Unique Décentralisé de Tizi-Ouzou.
- Une enquêtesur un échantillon de 10 projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou soutenus par l'ANDI à l'aide d'un questionnaire auprès des investisseurs.(voir annexe n°4)

Plan de recherche

Notre plan comprend trois chapitres :

Le premier chapitre intitulé « **Aperçue globale sur le secteur touristique** », sera consacré aux différents concepts et notions de base du tourisme, ainsi ses différents organismes, et enfin, il aborde l'importance de secteur touristique.

Le deuxième chapitre intitulé « **Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie** », aborde trois points essentiels, qui sont, la présentation d'un projet touristique, ensuite les organismes intervenant dans la réalisation d'un projet, puis l'impact des avantages qu'offrent les organismes pour l'investissement touristique en Algérie.

Le troisième chapitre intitulé « **la contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou** » nous commençons ce chapitre par la présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou, et l'Agence Nationale de Développement de l'investissement le guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou, et nous le terminerons par l'étude empirique pourtant sur l'impact de création des projets touristique sur l'expansion de secteur touristique.

Le choix du thème

Nos motivations pour le choix du thème et la création de projets touristique dans le cadre de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement de Tizi-Ouzou :

- Il constitue un sujet d'actualité en ce moment et il fait l'objet de nombreux articles et publications.
- Notre choix du thème est lié directement à notre formation master intitulée « Marketing hôtelier et touristique ».
- Faire le constat sur l'état des lieux de l'investissement dans le domaine touristique au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.
- Sans l'investissement et la création de projets touristiques, on ne pourra pas parler de tourisme, d'où notre intérêt porté sur cette thématique « la création de projets touristiques dans le cadre de l'ANDI ».
- Notre volonté d'évaluer et d'analyser l'efficacité de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

*Chapitre 7 : Aperçu global sur le
secteur touristique*

Introduction

Quand une personne voyage, se déplace vers un lieu différent de celui où elle se trouve quotidiennement, qu'elle entreprend ce chemin dans le seul but du divertissement et du plaisir, cette personne fait du tourisme. Le tourisme doit son existence aux expéditions des bourgeois anglo-saxons vers l'Europe vers la fin du 18^{ème} siècle. Et depuis, ce concept n'a cessé de séduire les foules et c'est à partir des années 60 qu'on assistait à une accélération de développement de l'activité touristique

L'activité touristique se présente sous différentes formes et types, elle attire de plus en plus d'investisseur du fait de sa rentabilité ce qui lui a permis d'être perçue comme acteur performant de la création de valeur à l'échelle de l'économie mondiale.

Aujourd'hui, le secteur touristique représente plus de 10% du PIB mondial¹, ceci prouve l'importance du tourisme dans l'économie du monde. Conséquence de son importance, plusieurs organismes visant à encourager les projets touristiques voient le jour à travers les pays du monde.

¹<http://.leparisien.fr/flash-actualite-economie/le-tourisme-mondiale-en-hausse-de-pres-de-4-en-2016-tire-par-l-asie-omt-17-01-2017-6579831.php>, consulté 29/09/2018à23h15.

Section 1 : définition des concepts généraux

Le secteur du tourisme a connu une forte croissance depuis les années 60 au niveau mondial, en particulier autour de la méditerranée. L'organisation mondiale du tourisme « OMT » lui prédit un avenir prometteur. Etant considéré comme un instrument de développement économique, le tourisme peut être un levier essentiel à la compétitivité d'un pays quel que soit son niveau de développement.

Dans le cadre de la première section, nous allons présenter quelques concepts relatifs à l'activité touristique, suivie par un bref historique de cette dernière et enfin ces différents types.

1. La notion du tourisme

Avant de définir la notion du tourisme, il y a lieu de savoir d'abord en quoi consiste le mot touriste.

1.1. Définition du Touriste

Il existe plusieurs définitions du touriste, parmi lesquelles il convient de retenir ce qui suit :

- **Selon YVES-TINARD** : un touriste est « toute personne en déplacement hors de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24 heures (ou une nuit), et de quatre mois au plus, pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances et séjour de fin de semaine), santé (thermalisme, etc.), missions et réunions de toutes sortes (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestations sportives, voyage d'affaire et déplacement professionnels, voyage scolaire) ».²
- La conférence des Nations Unies sur le tourisme qui s'est tenue à Rome en 1963, a retenu la définition suivante du touriste : « le touriste est une personne qui quitte son lieu de résidence habituelle, pour un motif autre que celui de gagner de l'argent et pour une durée supérieure à vingt-quatre heures »³

² YVES TINARD : « le tourisme : économie et management », Edi science internationale, Paris, 1994, p.7.

³ ZEGGANE KAMEL : « l'offre touristique, cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », thèse de magister, Université d'Alger, 1999, p.13.

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

La notion de touriste est définie en fonction du motif et de la durée du déplacement, c'est d'ailleurs ce dernier critère qui permet de distinguer le touriste du l'excursionniste ou du vacancier, le tableau ci-dessous explique la différence entre ces derniers :

Tableau n° 01 : Les catégories de visiteurs

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

Source : TINARD Yves : «le tourisme : économie et management », Edi science international, Paris, 1994, p.7.

1.2. Définition du Tourisme

Le terme tourisme a connu une multitude de définitions selon le temps et selon l'espace, ce qui rend la difficulté d'avoir une définition précise, ici on donnera quelques définitions de cette notion :

- **Selon L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) :** « *Le tourisme est l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel, pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaire et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans un lieu visité* ». ⁴
- Le tourisme est « *l'ensemble des rapports et phénomènes résultant du voyage de séjour de personnes pour lesquelles le lieu de séjour n'est ni résidence principale et durable, ni lieu de travail usuel* ». ⁵

De ces définitions, nous pouvons dire que « Le tourisme » est le fait de voyager dans un lieu autre que celui où l'on vit habituellement, le tourisme englobe l'ensemble des activités économiques auxquelles la personne fait appel lors d'un déplacement inhabituel (transports, Hôtels, restaurants, bars, etc.).

⁴www.wold.tourisme.org, consulté le 17/10/2018 à 21h37.

⁵ TESSA Ahmed : « la zone d'expansion touristique outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale » thèse de magister, université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 1999, p.18.

2. Les aspects du tourisme

On peut dire que le tourisme est une activité multidimensionnelle touchant plusieurs aspects⁶

2.1. L'aspect économique du tourisme

Le tourisme est une activité de prestation de service, qui implique des opérations de commercialisation et qui a un impact sur l'emploi, sur l'investissement, sur la production, sur le prix et sur la fiscalité. Il permet d'équilibrer la balance commerciale, développement régionale, incite par son ampleur à un aménagement du territoire de façon plus d'équilibrée et enfin permet la réduction du chômage.

2.2. L'aspect sociologique du tourisme

Le tourisme est une activité humaine dans la mesure où il implique une rencontre de différentes cultures et traditions.

2.3. L'aspect environnemental du tourisme

La nature offre au tourisme les ressources touristiques de base (la mer, les forts, la montagne...) et le tourisme incite à la protection et la mise en valeur de l'environnement même si la concentration de la demande touristique provoque une dégradation de cet environnement.

3. La naissance du Tourisme

Le monde avait connu des formes du tourisme depuis l'antiquité, depuis les premières civilisations. En effet, les Grecs, les phéniciens, les Romains ou encore les pharaons, avaient connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons. Autrefois, les formes de déplacement étaient de natures économiques, commerciales, curatives ou encore de découvertes.⁷

Au 17^{ème} siècle, les voyages se multiplient et le goût pour le voyage commençait à naître en Europe, chez les jeunes des familles riches anglaises. Ils étaient attirés par l'Europe mais surtout en des lieux d'intérêt culturel et esthétique comme Rome et les capitales

⁶AMIR Djazil : « le Tourisme De Montagnes, Cas de Parc National De Gouraya », mémoire du master, Université de Abderrahmane MIRA de Béjaia, 2015, p.p.7-8.

⁷BEN CHEIKH Ahmed Walid, cours 1 : « introduction au tourisme : Le phénomène du tourisme », 2008, p.1.

européennes. Ces jeunes furent considérés comme les premiers touristes de l'Europe, d'où la naissance de l'expression « *faire le grand tour* » en France. Et en 1800, pour la première fois « le touriste » désignait la pratique des voyages par plaisir comme motivation principale.⁸

Dès les premiers voyages organisés et jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale, le tourisme était avant tout un phénomène isolé (il était réservé à une élite bourgeoise) ou le tourisme était un bien de luxe et les équipements pour recevoir un tourisme « rare » étaient largement suffisants. Le qualitatif est le critère que cette élite contribue à mettre en avant dans le but de profiter de leurs temps et argents.

Ce n'est qu'à partir de la moitié du 20^{ème} siècle que le tourisme a connu son réel développement. Cela est dû essentiellement ⁹:

- Au développement des moyens de transport qui a permis la réduction des coûts de déplacement.
- La rapidité de la croissance économique durant les trente Glorieuses.

Ces facteurs ont facilité l'accès au tourisme à toutes les catégories sociales. Ce qui traduit la transition d'un tourisme d'élite à un tourisme de masse.

4. Le Tourisme aujourd'hui

Aujourd'hui le tourisme est devenu l'un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde ; d'après le Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux en 2016, est 1,235 milliard d'arrivées, avec 426 millions de touristes internationaux supplémentaires par rapport aux millions enregistrés en 2005.

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter l'évolution du tourisme international depuis 2005, selon les données de l'OMT :

⁸OUSSAMANE Keita : « Distinction de deux formes du tourisme, classique et solitaire », Institut Universitaire de Bamako, Diplôme Universitaire de Technologie, 2010, p.17.

⁹ HAMMAL Ghania, HASSOUNA Siham : « les vulnérabilités de l'offre touristique », mémoire de master, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2014, p.21.

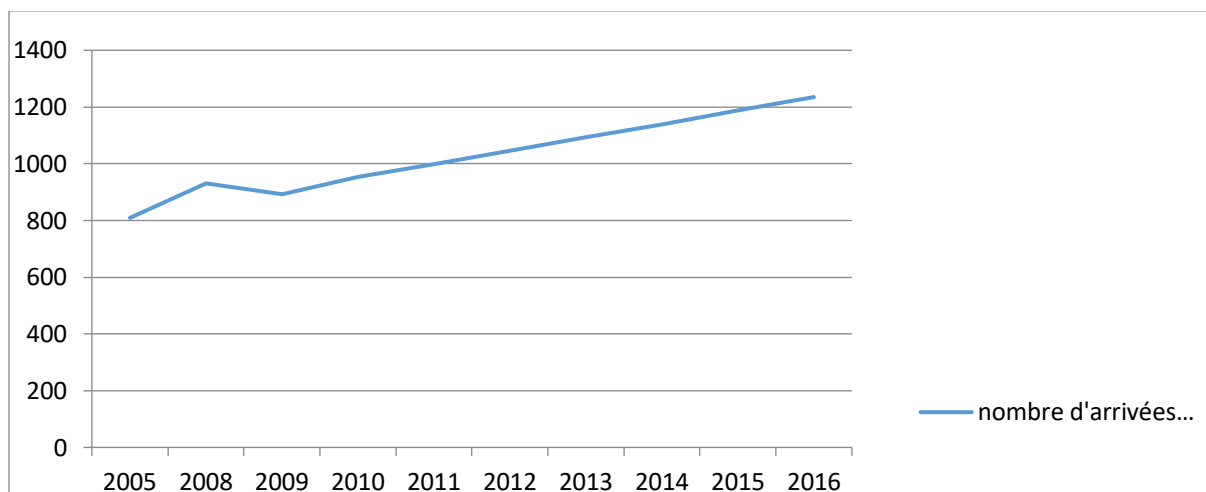
Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

Tableau n°02 : L'évolution des arrivées touristiques internationales de 2005 à 2016 (en millions d'arrivées)

Années	2005	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Nombre d'arrivées internationales(millions d'arrivées)	809	930	893	953	998	1.045	1.094	1.138	1.189	1.235

Source : Organisation mondial du tourisme (OMT, UNWTO), mai 2016.

Figure n° 01 : L'évolution des arrivées touristiques internationales de 2005 à 2016 (en millions d'arrivées)



Source : réalise par nous même, d'après les données de l'Organisation mondial du tourisme (OMT, UNWTO), mai 2016.

La figure précédente, fait ressortir que le tourisme international est en évolution d'une année a une autre, et le nombre des arrivées internationaux à travers le monde ne cesse de croître cela s'explique par plusieurs facteurs économiques, social, etc. nous citons quelques exemples : l'amélioration de niveau de vie de la population, développement des activités de tourisme ainsi que la diminution du temps de travail, l'augmentations des revenu, l'avancement de l'âge de retraite, ajoutéà cela le développement de moyens de transports.

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

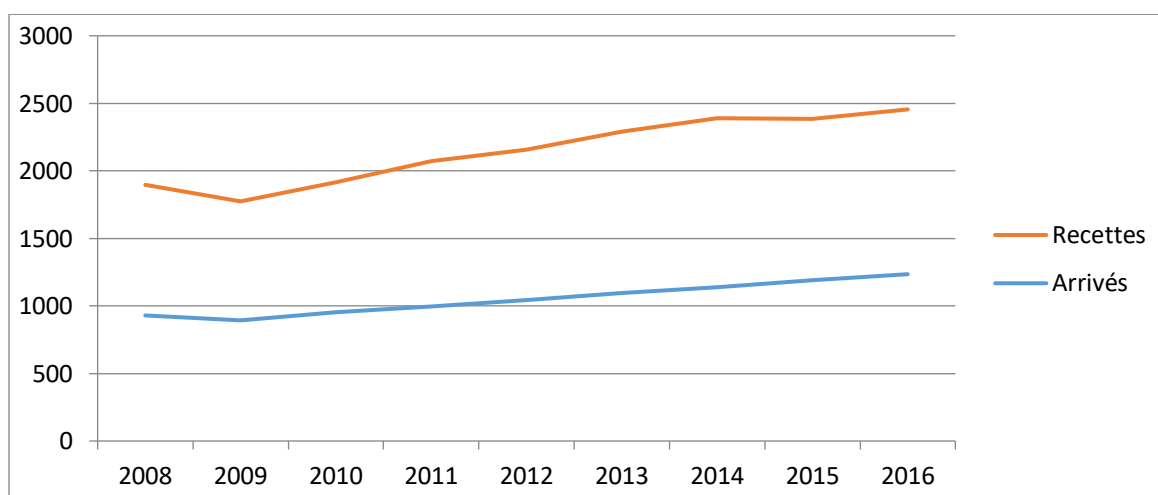
Tableaux n° 03 : Les arrivées de touristes internationaux (en millions) et les recettes du tourisme international (en milliards de dollars) entre 2008 et 2016.

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter le nombre des arrivées de touristes internationaux(en million) et les recettes du tourisme international(en milliard de dollars), selon les données de l'OMT

Années	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Arrivés (million)	930	893	953	998	1 045	1 094	1 138	1 189	1 235
Recettes (milliard de\$)	968	881	961	1 073	1 110	1 197	1 252	1 196	1 220

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

Figure n°2 : Le nombre des arrivées de touristes internationaux et les recettes du tourisme international.



Source : réalisé par nous même, d'après les données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

A partir des données précédentes, on remarque que les arrivées des touristes et les recettes touristiques internationaux sont en baisses entre les années 2008 et 2009 à cause de la crise économique, mais à partir de 2009 jusqu'à 2016, y'a une progression continue.

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

- Les principaux pays récepteurs de touristes au monde

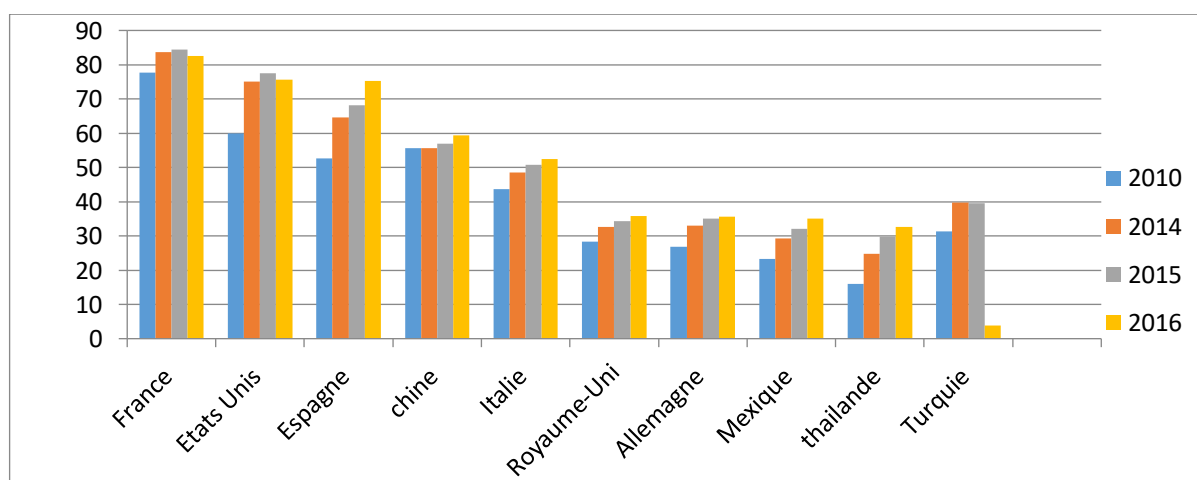
Le classement des destinations touristiques et la répartition des touristes se fait entre un très grand nombre de pays. Selon l'OMT, les dix principales destinations touristiques pour les années 2010-2016, sont classées comme suit :

Tableau n°04 : Les arrivées de touristes internationaux par pays de destination (en millions)

Rang	Pays	2010	2014	2015	2016
1	France	77.6	83.7	84.5	82.6
2	Etats unis	60	75	77.5	75.6
3	Espagne	52.7	64.9	68.2	75.3
4	Chine	55.7	55.6	56.9	59.3
5	Italie	43.6	48.6	50.7	52.4
6	Royaume-Uni	28.3	32.6	34.3	35.8
7	Allemagne	26.9	33	35	35.6
8	Mexique	23.3	29.3	32.1	35.1
9	Thaïlande	15.9	24.8	29.9	32.6
10	Turquie	31.4	39.8	39.5	----

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

Figure n°03 : évolution des arrivées de touristes internationaux par pays de destination



Source : réalise par nous même d'après les données de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

La figure ci-dessus représente les dix principales destinations touristiques dans le monde de 2010 jusqu'au 2016 par rapport au nombre d'arrivées de touristes internationaux. Selon l'OMT, depuis 2010, la France est classée comme la première destination touristique mondiale (77,1 millions d'arrivées en 2010 et 82.6 millions d'arrivées en 2016, soit, une progression de 5.5 millions), suivi par les Etats-Unis comme deuxième destination (60 millions d'arrivées en 2010 et 75.6 millions d'arrivées en 2016) puis l'Espagne à la troisième place (52.7 millions d'arrivées en 2010 et 75.3 millions d'arrivées).

5. Les types du tourisme

Il y'a plusieurs facteurs qui nous a permet de citer divers types du tourisme comme : le lieu (balnéaire, rural, montagnard, national, international, etc.), la forme (individue, de masse, etc.) et le but (culturel, religieux, de santé, d'affaire, etc.). A ce titre, nous essayerons de définir quelques types du tourisme :

Tableau n°05 : Les types de tourisme

Les différentes formes du tourisme	Signification
Le tourisme urbain	Quelles que soient les époques, les villes ont toujours été un lieu d'attractivité sur les plans commerciaux, des congrès professionnels et scientifiques, ainsi que sur le plan touristique. Les grandes métropoles du monde entier sont également des lieux d'échanges et de savoir culturels grâce à leur patrimoine et à leur monuments (musées, galerie d'art, théâtres) qui attirent chaque année de nombreux touristes. D'autres villes sont fréquentées en raison de leur statut balnéaire. Enfin, certaines villes possèdent des stations accueillant des curistes qui appartiennent à une forme de tourisme particulier : le tourisme médical. ¹⁰

¹⁰ LEROUX Erich, PUPION Pierre-Charles : « management du tourisme et de loisir », Edition Magnard-Vuibert, Paris, 2014, p.16.

Le tourisme rural	Il est apparu quand les populations citadines possédaient des maisons secondaires en compagnes pour se reposer du milieu urbain, espace caractérisé par des nuisances et de stress.
Le tourisme d'affaire	Le tourisme d'affaires répond à la demande des entreprises qui désirent rencontrer leurs collaborateurs et/ou leurs clients en dehors de leur lieu de travail pour divers motifs : séminaires, conférences, expositions, congrès, dînés de gala, en général, ces manifestations sont organisées dans des hôtels ou des parcs de loisirs dotés de salles des réunions et de conférences.¹¹
Le tourisme balnéaire	La forme de tourisme la plus ancienne (les bains de mer) .il concerne les activités de plage, nautiques ou le farniente dans des sites ensoleillés¹².
Le tourisme saharien	Tourisme se pratiquant en milieu saharien. La fragilité de cet espace et la prise de conscience des touristes a fait de ce tourisme un atout majeur pour le développement durable

¹¹ LEROUX Erich, PUPION Pierre-Charles : « management du tourisme et de loisir », Edition Magnard-Vuibert, Paris, 2014, p.15.

¹² AUDOUX.M.T, BESSENAY.J, MAZZETTI.PH : « l'HOTEL théorie et pratique », Edition Jacques Lanore, France 2004, pp.11-13.

Le tourisme de montagne	Le tourisme montagnard est le tourisme dans les massifs montagneux, ses origines remontent au 19ème siècle avec l'avènement de la montagne comme lieu de détente. De nos jours, le tourisme de montagne est le plus souvent associé au tourisme sportif, à cause des sports d'hiver et d'activités sportives comme le rafting, le trekking ou la randonnée en été.
Le tourisme sportif	C'est un tourisme en très grande développement non seulement pendant les périodes de vacances mais également durant les weekends .Les activités nombreuses et liées à un environnement spécifique, la montagne, le littoral, la campagne : voile, surf, ski, randonnée
Le tourisme de santé	Le thermalisme et la thalassothérapie ont une vocation à la fois médicale et touristique. Le thermalisme est fondé sur l'utilisation des eaux de source aux vertus médicales .La thalassothérapie utilise l'eau de mer et les éléments du milieu marin dans un but préventif et thérapeutique.
Le tourisme religieux	Se traduit par la visite de monuments et les manifestations religieuses : pèlerinages rassemblements à caractère spirituel

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

Le tourisme scolaire	Ce sont les sorties encadrées par les enseignants comme les classes découvertes ou de neige et les voyages de fin d'études.
Le tourisme industriel	Dernier né des différents motifs de déplacement, il attire les touristes de tous les âges .curieux de découvrir le passé industriel .Les déplacement se font généralement en groupe.
Le tourisme ludique	Il concerne les activités de divertissement tels que les casinos, les parcs de loisirs, les parcs à thème, les zoo.etc.

Source : réalisé par nous même

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

Tableau n°06 : Les différentes formes du tourisme

Le tableau suivant évoque les différentes formes du tourisme en fonction des modes de transports, du revenu, de l'âge et de taille de groupe

Fonction	Forme
En Fonction des modes de transports	-Aérien -Maritime -Routier -Autres
En Fonction du revenu	-Tourisme du luxe -Tourisme de masse
En Fonction de taille de groupe	-Tourisme individuel -Tourisme familial -Tourisme de groupe
En Fonction l'âge	-Tourisme de jeunes -Tourisme de troisième âge.

Source : réalisé par nous même à partir des données sur les différentes formes du tourisme.

Le tableau précédent représenté les différentes formes du tourisme en fonction du mode de transport (Aérien, Maritime, Routier), puis en fonction du revenu (tourisme du luxe et tourisme de masse), ainsi que en fonction de taille de groupe (qui peuvent être tourisme individuel, tourisme familiale, tourisme du groupe) et en fonction de l'âge (tourisme de jeune, tourisme de troisième âge).

Section 2 : Les organismes chargés de tourisme

Dans cette section nous allons présenter les différents organismes qui activent dans l'activité touristique et qui contribuent au développement de ce secteur

1. Les organisations mondiales de développement et de promotion touristiques

Chaque pays cherche à développer le secteur du tourisme et à promouvoir sa destination, plusieurs organisations gouvernementales et autres non gouvernementales ont été créées pour veiller sur le secteur, l'organiser, suivre son développement et déterminer les normes de l'activité touristique, nous en citons quelques unes :

1.1. L'Organisation Mondial du Tourisme (OMT)

L'Organisation est créée en 1974, son siège est à Madrid. OMT est une institution spécialisée des nations unies destinée à promouvoir et à développer le tourisme. L'OMT joue un rôle dans la promotion du développement du tourisme responsable, durable et accessible à tous, en veillant sur l'intérêt des pays en développement.

L'objectif fondamental de l'OMT est de promouvoir et de développer le tourisme en vue de contribuer à l'expansion économique, à la compréhension internationale à la paix, à la prospérité ainsi qu'au respect universel et à l'observation des droits et des libertés humaines, fondamentales sans distinction de race de sexe, de langue et de religion¹³.

1.2. Le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD)

Est l'un des principaux organismes multilatéraux de développement contribuant à éradiquer la pauvreté et réduire les inégalités et l'exclusion afin d'aider les pays à élaborer des politiques, à développer des compétences en leadership et des aptitudes en matière de partenariat, à renforcer leurs capacités institutionnelles et à partager des solutions aux problèmes touchant le développement durable, la gouvernance démocratique et le climat¹⁴.

¹³VELLAS François : « Economie et politique du tourisme international », Edition Economica, Paris, 2002, p.176.

¹⁴BARREY.G, MICHAUD.J.L : « Acteurs et organisation de tourisme », Edition De boeck, Bruxelles, 2012, p.24.

1.3. Le Programme des Nations Unies pour l'environnement(PNUE)

Est l'entité du système des Nations-Unies désignée pour répondre aux problèmes environnementaux aux niveaux régional et national, il a été établi en 1972. Il a pour mission d'évaluer les conditions et tendances environnementales aux niveaux global, régional et national, développer les instruments environnementaux aux niveaux national et international et renforcer les institutions pour une gestion sage de l'environnement. Vu la forte liaison entre le tourisme et l'environnement, une coopération entre l'OMT et le PNUE pour réaliser le développement d'un tourisme international durable qui respecte l'environnement et préserve le patrimoine culturel, naturel et humain¹⁵.

1.4. Le conseil Mondial du tourisme et des voyages

Est un forum créé pour les professionnels de l'industrie hôtelière et des voyages en 1990. Il est formé par les dirigeants d'une centaine des plus grandes entreprises mondiales du voyage et du tourisme. Il travaille avec les gouvernements à l'échelle internationale et nationale dans but de faire connaître l'importance du tourisme dans l'économie par sa contribution dans la création d'emplois et de richesse. Le Conseil possède également un programme de recherche important qui cherche à éliminer les obstacles à la croissance du secteur touristique¹⁶.

1.5. Le comité de tourisme de l'organisation de coopération et de développement économique

Est un forum de veille des politiques et des changements structurels touchant le tourisme international. Le Comité promeut également la croissance économique durable du tourisme parmi les pays membres qui représentent environ 70% du commerce mondial lié au tourisme¹⁷.

¹⁵ BARREY.G, MICHAUD.J.L : « Acteurs et organisation de tourisme », op.cit, p.26.

¹⁶ BENHADDOU Khedidjasoumeia : « la pratique de marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie », thèse de doctorat, université d'Oran 2, 2017.p.

¹⁷ Idem, p.36.

2. L'organisation du secteur du tourisme en Algérie

Le secteur du tourisme algérien est structuré comme suit :

2.1. Le Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat (M.A.T.T.A)

Qui a pour principales missions de faire connaître le produit touristique algérien, la mise en œuvre de la politique de l'Etat dans le domaine du tourisme ainsi que l'application des plans de développement touristique.

2.2. L'Office national du tourisme (O.N.T) qui a pour principale mission la promotion touristique, il a pour tâches aussi de :

- Positiver l'environnement autour des activités touristiques,
- Sensibiliser les populations locales et les responsables des activités touristiques envers l'importance et la contribution du tourisme,
- Identifier les opportunités de l'investissement dans le domaine du tourisme,
- Convaincre les touristes de la beauté des sites touristiques.

2.3. L'Agence nationale de développement touristique (A.N.D.T)

Qui a été créée par Décret exécutif n°98-70 du 21 Février 1998 et jouissant de la personnalité morale et de l'autonomie financière, elle est considérée comme l'outil principal spécialisé dans la gestion, le développement, la préservation, l'utilisation et l'exploitation rationnelle du foncier touristique. Elle est par conséquent l'un des principaux acteurs chargés de la mise en œuvre de la politique nationale du développement touristique. Elle est chargée de :

- Protéger et développer les zones d'exploitation et sites touristiques ZEST,
- Faire respecter sur les ZEST la réglementation touristique, les plans d'aménagement et règlements d'urbanisme correspondant, en vue de la protection et du développement de ces territoires touristiques,
- Mettre en place les cahiers des charges propres à chaque ZEST en précisant les droits et obligations des intervenants,
- Créer, gérer et assurer le développement d'une banque de données concernant le foncier touristique,

- Assister l'administration du tourisme dans la conception et l'élaboration de la stratégie de développement touristique,
- Acquérir des terrains et les réserver pour des projets touristiques,
- Effectuer des études d'aménagement pour construire des structures d'accueil.

2.4. Les établissements de formation

L'activité touristique se base principalement sur les ressources humaines car l'employé qu'il soit serveur, cuisinier ou maître d'hôtel fait partie du produit touristique. Il existe plusieurs écoles et instituts dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, nous citons :

L'Ecole nationale supérieure du tourisme d'Alger (E.N.S.T) qui s'occupe de la formation des bacheliers dans la gestion touristique et hôtelière avec une capacité de 100 places pédagogiques.

L'Ecole supérieure d'hôtellerie et de restauration d'Alger (E.S.H.R.A) qui a pour rôle principal de former des ressources humaines qualifiées en leur apprenant les meilleures pratiques internationales dans le domaine touristique et hôtelier.

Institut de Boussaâda et de Tizi-Ouzou : qui forment des techniciens supérieurs dans l'hôtellerie et la restauration avec une capacité de 300 postes pédagogiques chacun.

2.5. Les associations touristiques

Il existe beaucoup d'associations qui activent dans la promotion du produit touristique algérien comme :

- La fédération nationale des offices de tourisme ;
- La fédération nationale des agences touristiques ;
- L'association nationale des pour la protection et l'expression du tourisme ;
- L'association nationale pour la promotion du tourisme ;
- L'union nationale des agents du tourisme ;
- L'association des guides touristiques ;
- La fédération des hôtels et des restaurants.

2.6. Les directions de tourisme au niveau des wilayas

Elles représentent le ministère au niveau local (des wilayas), elles sont responsables du contrôle de la qualité, l'aménagement relatif du tourisme, le contrôle et le suivi des projets touristiques. Elles ont pour mission de :

- Sensibiliser les associations et les offices de tourisme de participer aux manifestations et festivals qui ont pour but de faire connaître les atouts de ces wilayas, *
- Organiser des salons et des rencontres avec les opérateurs touristiques.
- Distribuer des CD et des prospectus pour faire connaître les atouts touristiques de chaque localité et valoriser le patrimoine culturel.
- Promouvoir l'investissement.

Section3 : L'importance du secteur touristique dans l'économie

Le tourisme est généralement considéré comme un facteur majeur de développement économique. Il occupe une place importante dans l'économie nationale et internationale, en tant que source de création d'emplois, d'investissement ainsi qu'une source importante de recettes en devises.

Dans cette section nous essayerons de voir quelle est l'importance du tourisme dans le secteur économique.

1. Le tourisme et la consommation

La consommation touristique est égale à toute consommation des touristes en biens et services. Elle est classée en deux grandes catégories¹⁸ :

- Classification en termes de biens et services ;
- Classification à partir des agrégats T0, T1, T2, T3.

La première classification est composée d'hébergements hôteliers, hébergements privés, restaurants, transports, loisirs et divertissements, autres biens et services.

¹⁸CACCOMO Jean-Louis : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », De Boeck, Bruxelles, 2007, p.145.

La seconde classification est composée de :

- Agrégat T0 : consommation des touristes étrangers et nationaux des produits marchands de l'activité touristique.
- Agrégat T1 : T0 + dépenses liées au séjour.
- Agrégat T2 : T1 + transport + autres dépenses + consommation de services non marchands.
- Agrégat T3 : T2+ dépenses des excursionnistes et de la clientèle locale dans les activités touristiques.

2. Le tourisme et l'emploi

La création d'emplois était toujours l'objectif primordial du développement du secteur

Touristique, Si pour cela les pays cherchent de plus en plus à améliorer ce secteur et attirer le maximum des touristes, il figure parmi les premiers créateurs d'emplois dans le monde ;

« En 2016, le tourisme contribue à hauteur de 9% à l'emploi dans le monde, ce qui représente 274 millions d'emplois »¹⁹. Et « en 2017, 7 millions de nouveaux emplois dans le monde avec une progression de 4,6%, soit 313 millions d'emplois dans le monde »²⁰.

On distingue généralement les emplois touristiques ou emplois directs, les emplois indirects et les emplois induits²¹ :

2.1. Les emplois directs

Les emplois directs sont fournis par le secteur touristique lui-même ; ce sont donc les emplois liés à la croissance des activités caractéristiques du tourisme comme l'hébergement, la restauration, le voyage et les organismes de promotion touristique.

2.2. Les emplois indirects

Les emplois indirects sont les emplois créés dans d'autres secteurs, grâce au développement du secteur touristique. Par exemple, l'ouverture d'un hôtel ou d'un parc d'attraction est une aubaine pour le commerce local.

¹⁹ BOER Jérémy, « le tourisme un moteur de l'économie mondiale », la documentation française, p.8.

²⁰ Idem

²¹ CACCOMO Jean-Louis : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », op.cit.p.150.

Les emplois indirects concernent donc les activités travaillant accessoirement avec les professionnels du tourisme (transporteur, petits commerces).

2.3. Les emplois induits

Les emplois induits représentent les emplois créés à la suite de la richesse générée par l'activité touristique sur les agents de l'économie. Les emplois induits, ce sont les travailleurs qui ne sont pas directement en relation avec le touriste, mais qui voient leurs activités augmenter via la demande touristique. Cette catégorie représente l'ensemble des emplois pouvant être affectés par le tourisme.

3. Le tourisme et l'investissement

L'investissement touristique est une variable clé sans laquelle aucune activité touristique ne saurait prendre forme. car l'attractivité touristique n'est pas une donnée qui s'impose d'elle-même. Elle est au contraire une valeur ajoutée, et donc, à ce titre, elle sera toujours le résultat d'investissements réussis²².

Selon l'OMT: *« l'investissement touristique, la formation brute de capital touristique, comprenant notamment l'acquisition d'actifs fixes sur le territoire économique et propriété d'unités productrices résidentes »*.²³

En 2017, *« l'investissement touristique est de 882 milliard de dollars environ 4,5% du montant annuel des investissements mondiaux »*.²⁴

Le secteur touristique par ses besoins influe donc sur la création de nouvelle infrastructure vitale tant pour le secteur que pour les populations locales. On peut prendre comme exemple :

- Les infrastructures de base : électricité, eau, etc.
- Les infrastructures de transport : aérien avec notamment les aéroports, routes, etc.
- Les infrastructures environnementales : traitement des déchets et des eaux usées, etc.
- Les infrastructures de communication : téléphone, internet, etc.
- Les infrastructures de santé : hôpitaux, etc.

²²CACCOMO Jean-Louis : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », op.cit. p.151.

²³ . CACCOMO Jean-Louis : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », op.cit.p.152

²⁴<https://www.wttc.org/media-centre/press-releases/press-releases/2018/one-in-five-of-all-new-jobs-created-globally-2017-are-attributable-to-travel-and-tourism/>, consulté le 26/10/2018 à 00h55.

- Les infrastructures culturelles : valorisation du patrimoine historique et artistique.

4. Le tourisme et la balance des paiements

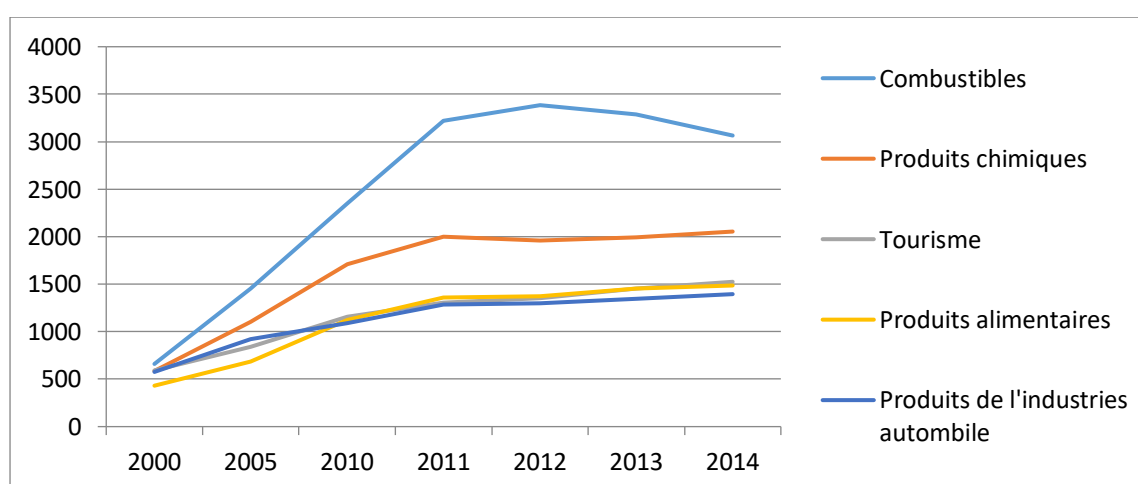
Le tourisme a une influence sur les échanges internationaux et sa place dans le commerce Mondial est très importante. On ne peut pas parler du tourisme sans prendre en compte son impact remarquable sur la balance des paiements grâce au volume considérable des devises.²⁵

Tableau n°07 : Le tourisme international dans la Balance des Paiements (BP) en milliard \$EU

		2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Combustibles	660	1 457	2 352	3 218	3 385	3 290	3 068	
2	Produits chimique	586	1 105	1 708	2002	1 959	1 994	2 054	
3	Tourisme	592	837	1 159	1 303	1 354	1 456	1 525	1 442
4	Produits alimentaires	431	686	1 125	1 361	1 371	1 452	1 486	
5	Produits de l'industrie automobile	576	921	1 092	1 283	1 301	1 346	1 395	

Source : Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

Figure n°04 : Tourisme international dans la Balance des Paiements (BP) en milliard \$EU



Source : réalisée par nous même d'après les données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT-UNWTO), mai 2016.

²⁵CACCOMO Jean-Louis : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », op.cit., p.152.

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

A partir des données précédentes, on remarque que le secteur touristique a une place importante dans la balance des paiements dont il s'est classé en 3ème position derrière l'industrie pétrolière (combustibles), l'industrie chimique et en dépassant l'industrie alimentaire et celle d'automobile.

Conclusion

Pour conclure ce chapitre, nous pouvons dire que la diversité de l'activité touristique, sa tendance et ses différentes formes qui se changent avec le temps, rendent ce phénomène difficile à le définir.

Les organismes touristiques jouent un rôle important dans l'activité touristique car ils visent à le développer et le promouvoir en vue de contribuer à la croissance économique, le secteur touristique a une influence directe sur l'investissement, la consommation et la balance des paiements, il constitue un puissant outil de création d'emplois.

Le secteur touristique a une influence directe sur la création d'emplois, l'investissement, la consommation et la balance des paiements.

Chapitre II.

Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie

Introduction

L'Algérie est un pays possédant de véritables potentialités pour devenir une destination de rêve pour les touristes étrangers, plusieurs types de tourisms peuvent y prendre forme à longueur d'année, ce qui rend l'investissement dans ce secteur pouvant être un facteur de croissance économique et source de rentabilité pour le pays, de fait sa diversité d'opportunités d'investissement dans ce secteur : tourisme balnéaire, saharien, de montagne, côtier ...etc.

D'autant plus, les autorités algériennes ont mis à disposition, des investisseurs, des organismes de financement des investissements touristiques afin de promouvoir ce secteur et ainsi de rendre la concrétisation des idées des porteurs de projet touristique possible et facile.

En 2018 l'Algérie réalise plus de 2112 projets touristiques soutenus par le ministère de tourisme et de l'artisanat¹, toutefois la réalisation de ses projets passant par de nombreuses procédures et étapes, dans ce chapitre nous allons essayer au mieux de définir un projet touristique et d'expliquer ces procédures et étapes de réalisation.

¹OURAMDANEMehenni, Tourisme plus de 1200 projets touristiques adoptés par le ministèreAlgérieeco,journal en ligne 26 /09/2018 disponible sur www.algerie-eco.com

Section 01 : Les projets touristiques

Avant de passer à la typologie des projets touristiques, nous avons jugé nécessaire de passer par la définition d'un projet touristique en premier lieu :

1. définition d'un projet touristique

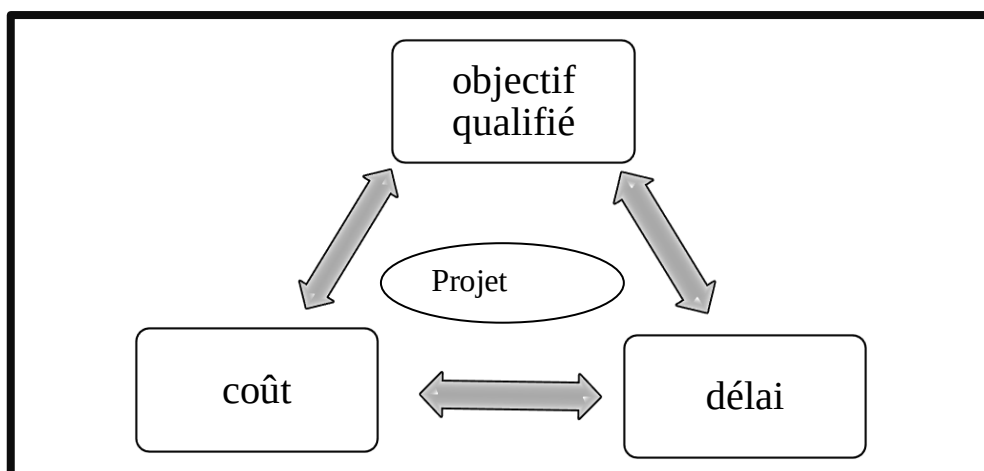
Pour définir un projet touristique, il est nécessaire de mettre l'accent sur la notion de « projet »

1.1. Un projet

Le projet peut se voir comme un ensemble d'activités réparties en plusieurs étapes permettant la réalisation d'un objectif bien défini, clair et précis².

Le projet se caractérise par la ponctualité c'est-à-dire ayant un début et une fin, l'emploi des ressources matériels et humaines et une durée.

Figure n°05 : les caractéristiques d'un projet



Source : réalisée par nous même

²Ressources.aunege.fr/gestion des projets partie 1, consulté le 23/10/2018 à 22:02

1.2. Projet touristique

Nous pouvons définir le projet touristique comme la mise en œuvre d'une idée relative à un équipement ou un service entrant dans contexte touristique. Le projet touristique nécessite une diversité de compétences techniques afin de garantir une viabilité économique.

Sa mise en œuvre nécessite une étude approfondie qui comprend une étude de marché, études sur son financement, sur son exploitation et sa rentabilité³.

2. Les types de projet touristiques

L'investissement touristique, au sens de la loi 99-01 du 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie, concerne la réalisation ou l'aménagement des établissements hôteliers tels que définie par le Décret exécutif 2000-46 du 1er mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation et qui sont :

Tableau n°08 : Les types de projet touristique

Les hôtels	Les hôtels peuvent être définie comme étant des établissements commerciaux séjournant, pour une journée au plus, des passagers dans des chambres ou des appartements, meublé du simples au plus luxueux à des prix variables, et comportement des salles de restaurations et des fois de loisirs (piscine, boîte de nuit, terrain de golf...etc.).
-------------------	--

³ Ph. Kerourio, Dictionnaire du tourisme, dicotourisme.ifrance.com, consulté le 04/11/2018 à 21h30

Les motels ou relais	Le motel peut se définir comme étant un hôtel se situant au bord de la route à grande circulation, mais en dehors des agglomérations, et offrent le maximum de facilités d'hébergements aux passagers automobilistes
Les villages de vacances	Les villages de vacances représente un ensemble d'hébergement utilisé à titre globale pouvant être commerciale ou non, destiné à satisfaire les besoins de touristes en matière de loisirs et vacances, selon un prix forfaitaire incluent le repas ou assurant des moyens de les préparer, permettant des activités loisirs sportifs et culturel
Les résidences touristiques	La résidence touristique représente un ensemble d'appartements ou de chambres meublé dotée d'une cuisine et un minimum d'équipements, disposée en unité collective ou pavillonnaire, les appartements comptent des chambres, salle de bain, séjour, cuisine, ont une capacité de 2 à 6 personne et dispose d'un service hôtelier (accueil, ménages, etc.)
Les auberges	Il se définit comme un établissement touristique de catégorie modeste ne pouvant être considéré comme hôtels, qui assure aux touristes un logement temporaire à un prix déjà établie, assurent les moyens pour se

	nourrir.
Les chalets	Se sont de simple maisons ou résidences au bord de la plage équiper de cuisine et salle de bain, elles assurent aux touristes se rendant à la plage un logement temporaire
Le meublé du tourisme	Ils représentent des locations de vacances appartenant à des particuliers, ils se caractérisent par le classement qu'elles obtiennent grâce leurs confort proposé. Ils sont à usages exclusif du locataire pouvant être loué à plusieurs jours sans dépasser les 90 jours. Ils offrent des équipements et des services de qualité variés selon leurs classement c'est-à-dire d'un équipement fonctionnel et qualité minimum au plus luxueux et confortable
Le gîte d'étape	C'est un établissement touristique destiné à accueillir des groupes situé généralement le long d'un itinéraire d'une randonnée, elles sont conçues pour accueillir les randonneurs, cyclistes ou des cavaliers pour la nuitée.

Source : AUDOUX.M.T, BESSENAY.J, MAZZETTI.PH : « l'HOTEL théorie et pratique », Edition Jacques Lanore, France 2004, pp.19-22.

2.Les étapes de la réalisation d'un projet touristique

Dans cette partie nous allons souligner les phases les plus essentiels pour réaliser un projet touristique qui s'articule comme suit:⁴

⁴<https://économie.grand-chatellerault.fr> (Consulté le : 18/10/2018 à 19 :30).

2.1. Phase d'opportunité

Dans cette phase le porteur de projet, une fois l'idée conçue, cherche à connaître le marché (clients) et analyse la demande afin de positionner son produit, ensuite, il cherche un site (terrain) adéquat à son projet et cherche à connaître les règles fiscales.

2.2. Phase de faisabilité

Dans cette phase l'investisseur fait une analyse de marché « *politique marketing* », procède à la vérification des règles d'urbanisme et à l'exécution des formalités de création de société, ensuite, élabore une étude technico-économique et un business plan et le plan de financement et en fin, prépare le dossier subvention.

3.3. Phase de lancement

Elle représente la dernière étape de réalisation du projet, dans cette phase le porteur de projet, étudie la clientèle, référence son produit et enfin analyse la rentabilité.

4. La législation touristique en Algérie

La loi algérienne régit les droits et obligations en forme de texte législatifs relatifs à l'exploitation et réalisation des activités touristiques :

4.1. Activité Hôtelière

Conformément à la Loi 99-01 du 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie⁵, toute personne physique ou morale est tenue d'obtenir l'approbation, par les services du Ministère chargé du Tourisme, des plans de son projet de construction, de modification, d'aménagement et la démolition de son établissement hôtelier.

4.1.1. Etablissements hôteliers

Décret exécutif n°2000-46 du 25 Dhou El Kaada 1420 correspondant au 1^{er} mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation

⁵Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme, 2018, [en ligne] disponible sur : [http : //www.mta.gov.dz.Op.cit](http://www.mta.gov.dz.Op.cit).

4.1.2. Classement des établissements hôteliers

Décret exécutif n°2000-130 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 comprend les normes et les conditions de classement en catégories des établissements hôteliers et au Décret exécutif n°06-325 du 18 septembre 2006 fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers

4.1.3. Commission d'étude des plans de projets hôteliers

Décret exécutif n°2000-131 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 fixant la composition et le fonctionnement de la commission compétente chargée de l'étude des plans de projets hôteliers⁶

4.1.4. Agrément du gérant d'établissement hôtelier

Décret exécutif n°2000-132 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 fixant les modalités et les conditions de l'agrément de gérant d'établissement hôtelier.

Arrêté du 3 Dhou El Hidja 1421 correspondant au 26 février 2001 fixant les caractéristiques ainsi que la forme de l'agrément du gérant d'établissement hôtelier.

4.2. Règles de construction et d'aménagement

Décret exécutif n°06-325 du 25 Chaâbane 1427 correspondant au 18 septembre 2006 fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers.⁷

4.2.1. Application du taux réduit de droits de douane

Arrêté interministériel du 2 mars 2014 fixant la liste des équipements et ameublements, non produits localement selon les standards hôteliers, rentrant dans le cadre d'opérations de modernisation de mise à niveau en application du «plan qualité tourisme Algérie», bénéficient du taux réduit de droit de douane

⁶Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme, 2018, [en ligne] disponible sur :<https://www.mta.gov.dz>.Op.cit.

⁷Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme.Op.cit.

4.3. Activité des Agences de Tourisme et de Voyages

L'article 4 de loi n° 99-06 du 4 Avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'agence de tourisme et de voyages stipule que les prestations liées à l'activité de l'agence de tourisme et de voyages consistent, notamment, en ce qui suit :

- L'organisation et la vente de voyages, de circuits touristiques et de séjours individuels ou en groupes ;
- L'organisation d'excursions et de visites guidées dans les villes et les sites et monuments à caractère touristique, culturel et historique ;
- L'organisation des activités de chasse, de pêche et de manifestations artistiques, culturelles et sportives et la tenue de congrès et de séminaires en complément de l'activité de l'agence ou à la demande des organisateurs;
- La mise à la disposition des touristes, d'un service d'interprètes et de guides ;
- L'hébergement ou la réservation de chambres dans les établissements hôteliers ainsi que la fourniture des services qui lui sont liés ;
- Le transport touristique et la vente de titre de transport de tout ordre selon les conditions et le règlement en vigueur au sein des établissements de transport ;

4.4. Exploitation des eaux thermales

L'octroi de la concession d'eau thermale ou d'eau marine (thalassothérapie) est régi par les dispositions du décret exécutif 07-69, du 19 février 2007, fixant les conditions et les modalités d'octroi de la concession d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales⁸.

4.5. Exploitation des terrains de campings

Décret n°85-14 du 26 janvier 1985 fixant les conditions de création et d'exploitation des terrains de camping. Modifié et complété par:

Décret exécutif n° 01-138 du 3 Rabie El Aouel 1422 correspondant au 26 mai 2001 modifiant et complétant le décret n°85-14 du 26 janvier 1985 fixant les conditions de création et d'exploitation des terrains de camping.

⁸Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme.Op.cit.

4.6. Exploitation touristique des plages

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.

4.7. Zones d'expansion et sites touristiques

Loi n° 03-03 du 16 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relative aux zones d'expansion et sites touristiques

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, elle a pour objectifs :

- L'utilisation rationnelle des espaces et ressources touristiques ;
- La protection des bases naturelles du tourisme.

Section 2 : Les organismes intervenant dans la réalisation d'un projet

Plusieurs institutions permettant l'investissement touristique en Algérie existent, ces institutions varient selon les services quelles offres, en effet, certains offrent des crédits, en Algérie il n'y a pas que les banque qui accordent les crédits aux investisseurs, des micro-organismes étatique et certaines privés le font à des divers taux, d'autre offrent des garanties, d'assurances et de nombreux avantages fiscaux et extra-fiscaux.

Ces organismes jouent un rôle dans le développement de l'économie Algérienne. Nous allons dans ce qui suit présenter ces différents organismes.

1. Présentation des dispositifs d'aide à la création de projet et leurs missions

Etant donné que le secteur touristique est considéré comme un levier de croissance économique, l'Etat met en place des différents organismes qui offrent plusieurs avantages afin de favoriser l'explosions de l'activité et de défendre leurs droits. En effet, le développement touristique requiert un climat favorable à l'accueil des touristes étrangers.

1.1. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), est un organisme national dotant d'une personnalité morale et d'une autonomie financière .Elle a été créée en 1996, elle dispose d'un réseau de 51 antennes et des annexes implantées dans toutes les wilayas du pays.

C'est une institution publique qui aide à la création et au développement des projets pour les jeunes promoteurs activant dans la production de biens et de services, dont l'âge ne dépasse pas les 40ans et dont le montant d'investissement est inférieur ou égale à 10 millions de dinars. Son objectif principal est d'encourager toutes formes d'actions et de mesures tendant à promouvoir l'entrepreneuriat.

1.2. Présentation de l'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit ANGEM

L'ANGEM est créée conformément aux dispositions de l'article 7 du décret présidentiel n 04-13 du 22 janvier 2004 relatif au dispositif du Micro Crédit. Le seul dispositif en Algérie qui accorde des prêts à des catégories de citoyens sans revenu et /ou disposent de petites revenus instables et irréguliers⁹ ,leur permettant l'achat d'un petite équipement ou de matière pour exercer une activité ,il vise à leur intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services ,y compris à domicile ,dont le montant des investissement est fixé à cinquante mille dinars (50 000 DA) minimum et ne saurait dépassé les quatre cent mille dinars (400 000 DA),remboursable dans un délai de 12 à 60 mois (1 à 5 ans).

1.3. Présentation de la Caisse national d'assurance chômage (CNAC)

La caisse national d'assurance chômage (CNAC) est un organisme crée en 1994, en tant qu'institution publique de sécurité sociale sous la tutelle du ministère de l'emploi, du travail et de la sécurité sociale et cela dans le cadre de la mise en place du programme d'Ajustement Structurel accompagnant l'économie algérienne durant son passage à l'économie de marché

⁹www.angem.dz/fr/

1.4. L'Agence Nationale développement des investissements (ANDI)

L'Agence Nationale de Développement des Investissements créée par l'article 6 de l'ordonnance n° 01-03 de 20 août 2001, qui a remplacé L'APSI, Agence de Promotion, de Soutien et de suivi de l'Investissement qui fut créée en 1993. L'ANDI est une agence publique chargée de l'assistance de l'encadrement des investisseurs.

1.5. Les conditions, missions et leurs partenaires

On les résume dans le tableau suivant ;

Tableau n°09 : Les conditions, missions et leurs partenaires (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI)

ANSEJ : ¹⁰condition, être âgé de 19 à 35 ans et l'investissement génère au moins trois emplois permanents y compris le promoteur, l'âge de gérant est limité à 40 ans ; Le promoteur de projet doit être titulaire d'un diplôme, avoir un fonds propres qui varie en fonction de type de financement et le niveau de l'investissement ; Être chômeur et inscrit auprès des services de l'Agence Nationale de l'Emploi ; ne pas être déjà bénéficiaire d'une mesure d'aide au titre de création d'activité ANSEJ a pour missions principales de mettre à la disposition des jeunes porteurs de projet toute information d'ordre économique, technique, législative et réglementaire relative à leurs activités ainsi que leur fournir des aides d'investissement dans le cadre du montage financier et le suivi des	- ANSEJ est partenaire avec 5 banques publiques et une privée : - BADR : Toutes les activités - BDL : Toutes les activités à l'exception de l'agriculture. - BEA : Toutes les activités à l'exception d'import-export. - CPA : Toutes les activités à l'exception de l'agriculture et de pêche. - EL BARAKA : Toutes les activités.
--	---

¹⁰ Document fourni par l'ANSEJ

prêts ;d'établir des relations avec les différents partenaires du dispositif(banque ,impôts, CASNOS ,CNAS ,....) . Accompagner les jeunes promoteurs à la création d'activités en lui assurant une formation sur la technique de gestion d'entreprise aussi le conseiller et le guider durant cette création.	
ANGEM : Les conditions¹¹ sont les même que ANSE l'unique différence est l'âge qui est de 18 ans et plus. ANGM a pour missions principale de Gérer le dispositif du micro crédit conformément à la législation et la réglementation en vigueur. Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités. Notifier aux bénéficiaires, dont les projets sont éligibles au dispositif les différents aides qui leur sont accordées. Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaires, en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence. Assister les bénéficiaires du micro crédit, en cas de besoin, auprès des	ANGEM a signé des conventions avec cinq banques publiques : BADR, BNA, CPA, BDL et BEA.

¹¹ Document fournit par ANGEM

Chapitre II: Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie

institutions et organisme concernés par la mise en œuvre de leurs projets.	
CNAC : Les conditions¹² sont les mêmes que ANSEJ et l'ANGEM, il diffère de groupe d'âge (35-50ans) et jouissant d'une qualification professionnelle et /ou possédant un savoir-faire en rapports avec l'activité projetée. CNAC a pour missions principale de mettre le régime juridique, l'indemnisation du chômage au profit des travailleurs salariés ayant perdu involontairement leur emploi, pour des motifs économique.	CNAC est partenaires avec :-Le Fonds de garantie des crédits aux PME (FGACR) -L'Agence Nationale de Développement de la PME (AND-PME) -La caisse de Garantie des Crédits à l'Investissement des PME (CGCI-PME).
L'ANDI :¹³ Toute personne physique ou morale, résidente ou non résidente, désirant créer une société de droit algérien, dans une activité économique de production de biens ou de services non exclus. Les personnes ayant bénéficié d'avantages fiscaux, dans le cadre des différents dispositifs (ANSEJ, ANGEM, CNAC) peuvent être éligibles aux dispositifs d'aides à l'investissement dans le cadre de l'ANDI, après : - Expiration de la période d'exonération au titre de la phase d'exploitation, accordée dans le cadre du régime d'aide à l'emploi ; - Renonciation aux avantages du régime	L'ANDI a partenaire avec : Le Conseil National de l'Investissement (CNI) ; - La Direction des impôts ; - La Direction de l'emploi ; - Département du trésor.

¹² Document fournit par CNAC

¹³ www.andi.dz

d'aide à l'emploi. L'ANDI a pour missions¹⁴, d'exerce plusieurs titres, le titre d'information, de facilitation, de la promotion de l'investissement, d'assistance et la participation à la gestion du foncier économique, la gestion des avantages et une mission générale de suivi : - L'accueil le conseil et l'accompagnement des investisseurs au niveau de ses structures centrales et régionales ; - De la mise en place du guichet unique décentralisé ; - La facilitation de la pratique des affaires, de suivi de la constitution des sociétés et de la réalisation des projets ; - La veille à l'exécution concertée avec les différentes institutions concernées (douanes, impôts etc.).	
---	--

Source : établie par nous même à partir des données fournis par les dispositifs

2. Lesbanques

Le paysage bancaire algérien compte depuis 2015 vingt-sept banques et établissements financiers ayant tous leur siège à Alger ; il y a 20 banques, dont 6 publiques et 14 privées, et 7 financiers.

L'intervention des banques dans le financement des investissements a évolué de manière significative ; elles assument aujourd'hui des activités de type universel.

Parmi ces banques on distingue :

¹⁴ Guide investir en Algérie, édition 2011.p.p.64-65

Tableau n°10 : Les banques qui financent les investissements

Les banques publiques	Les banques privées
-Banque Nationale d'Algérie (BNA) -Banque Extérieure d'Algérie (BEA) -Crédit Populaire d'Algérie (CPA) -Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) -Banque du Développement Local (BDL) -Caisse Nationale de l'Epargne et de Prévoyance (CNEP)	-AL Baraka Bank Algérie -Arab Banking Corporation-Algeria (ABC-Algeria) -Société Générale Algérie -Arab Bank PLC-Algeria « succursale de banque» (Arab Bank PLC) -BNP Paribas Al Djazaïr -Gulf Bank Algeria -Trust Bank Algeria -The Housing Bank for Trade and Finance-Algeria -Fransabank El-Djazaïr SPA -Calyon Algérie -HSBC Algérie (Succursale) -Al Salam Bank-Algeria

Source : établie par nous même

3. Les établissements financiers

- La Société de Refinancement Hypothécaire (SRH)
- La Société Financière d'Investissement, de Participation et de Placement(Sofinance SPA)
- Arab Leasing Corporation (ALC)
- Maghreb Leasing Algérie (MLA Leasing)
- Cetelem Algérie
- La Caisse Nationale de Mutualité Agricole « Etablissement financier »(CNMA)
- La Société Nationale de Leasing SPA (SNL).

Section 3 : L'impacts des avantages qu'offre les organismes sur l'investissement touristique en Algérie

Les organismes cités auparavant, proposent des avantages divers attirant les détenteurs de projet, qui sont à la recherche des financements les plus avantageux. Qu'elles soient étatique ou privé, les institutions gravitant autour de l'investissement, proposent chacune de son côté des facilitations et avantages selon les délais de remboursement et les conditions de bénéfices de ces avantages.

Dans cette section nous allons voir chacun de ces organismes a part et les avantages qu'ils offrent à leurs clients potentiel.

1. Les avantages que l'offrent par les banque

Etatique ou privé, les avantages qu'offrent les banques tournent autour des taux d'intérêt, délais de remboursement et les conditions de bénéfice des prêts bancaires.

2. Les avantages offerts par les différents dispositifs (L'ANSEJ, L'ANGEM et LA CNAC)

Ces dispositifs, comme déjà dit sont des organismes qui permet aux investisseurs le concrétiser leurs idée de projet dans les plus brefs délais, et leurs offrent des avantages fiscaux et para fiscaux.

2.1. Les avantages para fiscaux

- L'ANSEG

Le premier avantage que l'ANSEJ offre aux jeunes porteur de projet est le financement de leurs projets par des prêts non rémunérés. L'ANSEJ propose deux types de financement :

- Financement triangulaire implique l'investisseur, la banque et l'ANSEJ permettant à l'investisseur de bénéficier d'un prêt non rémunéré qui se fait selon deux niveaux

Chapitre II: Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie

Tableau n°11 : le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA (premier niveau)

Apport personnel	Prêt sans intérêt	Crédit bancaire
01%	29%	70%

Source : L'ANSEJ, 2018.

Tableau n°12 : le montant de l'investissement varie entre 5.000.000 DA et 10.000.000DA

Apport personnel	Prêt sans intérêt	Crédit bancaire
02%	28%	70%

Source : L'ANSEJ, 2018

- Financement mixte implique l'investisseur et l'ANSEJ permettant à l'investisseur de bénéficier d'un prêt non rémunéré qui se fait selon deux niveaux :

Tableau n°13 : Le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA (premier niveau)

Apport personnel	Prêt sans intérêt
71%	29%

Source : L'ANSEJ, 2018

Tableau n°14 : le montant d'investissement varie entre 5.000.000 DA et 10.000.000 DA (deuxième niveau)

Apport personnel	Prêt sans intérêt
72%	28%

Source : L'ANSEJ 2018.

A côté de ces prêts non rémunérés expliquer dans les tableaux ci-dessus le jeune promoteur est éligible au dispositif par trois autre prêts non rémunérés qui sont accordés exclusivement aux promoteurs sollicitant le financement triangulaire et ne sont pas cumulatif :

- Destiné au diplômé de la formation professionnelle,¹⁵ un prêt de 5.000.000 DA non rémunérés est offert pour l'acquisition de véhicules ateliers pour les activités de plomberie, électricité des bâtiments, chauffages, climatisation, vitrerie, peinture bâtiments et mécanique automobile.
- Destiné à la création de l'activité sédentaire, un prêt de 10.000.000 DA non rémunérer offert pour la prise en charge du loyer des locaux.
- Un prêt non rémunérer pouvant aller jusqu'à l'enseignement supérieur, pour la prise en charge des loyers des locaux, destinés à la création de cabinet groupé en vue de l'exercice d'activité, professions libérales, bureaux d'études et de suivi des secteurs de bâtiments, des travaux publics et hydraulique.

Les bonifications des taux d'intérêt du crédit bancaire sont expliquées dans le tableau ci-dessous :

Tableau n°15 : bonifications des taux d'intérêt du crédit bancaire

Zone / Secteur	Zones spécifiques	Zones non spécifiques
Secteur prioritaire	95%	80%
Autres secteurs	80%	60%

Source : l'ENSEJ 2018

En plus de ces prêts l'ENSEJ fixe des délais de remboursement qui diffère d'une activité à une autre mais qui est au minimum une (01) année. La banque accorde grâce au porteur de projet une durée d'une ou deux ans sans remboursement qui est appelé « période de grâce ».

- L'ANGEM

Comme l'ANSEJ, l'ANGEM offre l'avantage de financer les projets des investisseurs selon deux types de financement¹⁶ :

- Financement des matières premières qui se fait par un prêt non rémunéré pour l'achat de ses matières premières.

¹⁵ Document fournit par l'ANSEJ.

¹⁶ Guide Fiscal Du Jeune Promoteur D'investissement, 2017, p.11

Chapitre II: Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie

Tableau n°16 :Le financement des matières premières d'un projet dépassant pas 30 000DA

Apport personnel	Prêt sans intérêt
10%	90%

Source : L'ANGEM.

- Le financement des activités réparti en deux financements :

Tableau n °17 : Le financement mixte : cout du projet entre 50 000 à 100 000 DA

Apport personnel	Prêt bancaire (intérêt de 10% à 20%)
3% - 5%	95% - 97%

Source : L'ANGEM

Tableau n °18 : Le financement triangulaire

Apport personnel	Crédit bancaire (intérêt de 10% à 20%)	Prêt sans intérêt
3% - 5%	70%	27% - 25%

Source : L'ANGEM

- LA CNAC

La CNAC elle aussi de son côté finance les investissements comme illustré dans le tableau qui suit ¹⁷:

Tableau n °19 : Lefinancement par la CNAC

	Apport personnel seuil minimum	Prêt non rémunéré	Crédit bancaire
Inférieur ou égal à 2 millions de DA	5%	25%	70%
	5%	25%	70%
De 2 à 5 millions de DA	10%	20%	70%
	8%	22%	70%

Source : la CNAC

2.2. Les avantages fiscaux

Pour les trois dispositifs les avantages fiscaux accordés en générale sont les même :

- Franchise de TVA pour l'acquisition de biens d'équipement et de service entrant directement dans la réalisation du projet
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les biens d'équipement importés entrants directement dans la réalisation de l'investissement
- Exemption du droit de mutation à titre onéreux sur les acquisitions immobilières effectué dans le cadre de la création de l'activité
- Exonération des droits d'enregistrement sur les actes constitutifs des micros entreprises.

- L'ANDI

Tout comme les organismes cités auparavant, l'agence nationale de développement des investissements offre à ses clients des avantages fiscaux et parafiscaux. En effet, les porteurs de projet bénéficient à côté des facilitations des démarches de réalisations de leur projet, d'un nombre important d'avantages fiscaux y compris ceux des autres organismes. Ces

¹⁷ Idem

avantages diffèrent selon la localisation, l'activité et l'impact des projets sur l'économie nationale. Trois niveaux d'avantages fiscaux peuvent être retenus :

- Les avantages communs à tous les investissements éligibles ;
- Les avantages supplémentaires au profit des activités privilégiées et/ou créatrices d'emplois ;
- Les avantages exceptionnels au profit des investissements présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale.

3. L'impact des avantages sur l'investissement touristique

L'Etat a mis à dispositions des prometteurs, dans le secteur touristique tous les avantages offert par les organismes cités auparavant et facilitations dans le but d'accroître et de promouvoir l'investissement dans le secteur touristique, qui est un secteur en expansion et qui est facteur de développement et vecteur de croissance économique.

De ce fait l'impact de ses avantages ne peut être que positif et favorisant l'investissement et de l'encourager.

Conclusion

À la lumière des éléments que nous avons abordés dans ce chapitre, nous pouvons conclure que le projet touristique est la concrétisation d'une idée relative à un service entrant dans le contexte touristique pouvant se présenter sous plusieurs formes (hôtel, auberge, motel...etc.). La réalisation de ce dernier passant par trois phases : opportunité, faisabilité et lancement. Toutefois plusieurs organismes qui encourages et incitent à l'investissement dans ce secteur en offrent aux porteurs de projets des avantages fiscaux et parafiscaux relatifs à leurs projets.

Après avoir pris connaissance de tous ce qui concerne les projets touristiques ainsi que les organismes impliqués, nous allons dans le chapitre qui suit tenter de mettre en pratique tous ce que nous avons vus dans les deux chapitres précédents au cours de notre stage effectué au sein de l'agence nationale de développement des investissements de Tizi-Ouzou.

Chapitre III :

*La contribution de l'ANDD dans
l'investissement touristique dans la
Wilaya de Tizi-Ouzou*

Introduction

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose des atouts naturels qui offrent aux investisseurs un choix d'investissement multiple, cette Région qui alterne le tourisme balnéaire, climatique et culturel.

De ce présent chapitre, nous avons tenté d'appuyer les recherches menées dans les chapitres précédents à travers notre stage effectué au sein du guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou de l'agence nationale de développement de l'investissement qui a duré 2 mois et l'enquête réalisée auprès de 10 investisseurs de la wilaya de Tizi-Ouzou ayant déjà bénéficié des avantages de l'agence.

Ce chapitre est divisé en trois parties majeures, la première concerne la présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou et la mise en évidence de son potentiel touristique, puis nous effectuerons une représentation et un diagnostic des résultats recueillis au sein de l'ANDI. En dernier lieu nous allons procéder à l'appui et l'affirmation des données à travers une enquête réalisée auprès de porteurs de projets concernant les avantages offerts par l'ANDI.

Section 1 : présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou

Chaque pays a ses propres potentialités, chaque région détient ses propres ressources et chaque territoire procède de ses propres spécificités et de ses propres richesses.

1. Présentation géographique

La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya algérienne qui se situe à 100 kilomètres de la capitale et à 80 kilomètres de l'aéroport international d'Alger. La wilaya de Tizi-Ouzou qui est située dans la région de la grande Kabylie en plein cœur du massif du Djurdjura est délimitée par la mer Méditerranée au nord, à l'est la wilaya de Bejaia, à l'ouest la wilaya de Boumerdes et au sud la wilaya de Bouira.

Elle est divisée administrativement en 21 daïras et 67 communes. La wilaya s'étend sur une superficie de 3 568 km², avec 1 127 607 habitants. (Voir la figure n° 01)

Figure n°6 : Carte de la wilaya de Tizi-Ouzou



Source : Annuaire statistique de la wilaya de Tizi-Ouzou, année 2012

2. les potentialités touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de nombreuses potentialités touristiques. 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 culturelle.¹

¹ KHATI Ouerdia Mélissa : « les circuits touristiques, outils de valorisation des ressources d'un territoire : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », Mémoire du master, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2013, p.34-36-41.

2.1. Potentialités naturelles

La potentialité naturelle la plus importante de la wilaya est la chaîne du Djurdjura, qui culmine à 2.308 m, et des atouts naturels tels que les montagnes (comme la Tala Guilef, lac d'Agoulmine, le pic d'Azrou N' Thour.etc), les forêts (comme la forêt de yakourene et de Mizerana.etc) et les plages (comme la grande plage et Ferraoun de Tizirt ; la plage caroubier et le petit paradis d'Azzefoun).

Elle possède aussi un portefeuille foncier touristique (des zones d'expansion et site touristique) :

La Zone d'Expansion Touristique (ZET) est un foncier touristique classé qui de par les atouts qu'il recèle, est protégé par une Loi, et son exploitation est réservée exclusivement aux activités touristique.

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de huit (08) Zones d'Expansion et sites touristiques (ZEST) déclarées et délimitées par le décret exécutif 88/232 du 15/11/1988 avec une superficie total de 1973 ha dont 166,34 ha de superficie constructible².

Ces zones à vocation balnéaire sont réparties tout le long du littoral (80 kms), dans quatre communes balnéaires, Tizirt, Azeffoun, Iflissen et Ait-Chaffa.

²² www.dat-tiziouizou.com , consulté le 28/11/2018 à 19h57

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

Tableau n°20 : Répartition des ZEST de la wilaya de Tizi-Ouzou

DENOMINATION DE LA ZEST	COMMUNE DE RATTACHEMENT	SUPERFICIE TOTALE DES ZET en (HA)	SUPERFICIE (HA) CONSTRUCTIBLE
Sidi Khelifa	Azeffoun / Aït Chaffâa	637, 5	49, 08
Azeffoun	Azeffoun	25	17, 26
Blerouna	Azeffoun	637, 5	40
Djemâa N'Rbat	Tigzirt / Azeffoun	171	10
Zegzou	Iflissen	147	limité
Abéchar	Iflissen	116, 4	08
Ferraoun	Tigzirt / Iflissen	70, 6	20
Tigzirt /Tassalast	Tigzirt	168	22
Total	Wilaya	1 973	166, 34

Source : direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2018.

Afin d'accroître le potentiel foncier touristique ainsi que sa préservation, des terrains ont été affectés pour de nouvelles ZEST dites ZEST de montagne.

Tableau n°21 : ZEST de montagne de la Wilaya de Tizi-Ouzou

DENOMINATION DE LA ZEST	COMMUNE DE RATTACHEMENT	SUPERFICIE TOTALE DES ZET (HA)
Tala Guilef	Boghni	175
Azrou N'Thor	Iferhounéne et Illilténe	400
Yakouréne	Yakouréne	138
Tizi-Oudjaaboub	Bounouh	5à10

Source: Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2018.

2.2. Potentialités culturelles

La wilaya de Tizi-Ouzou se distingue par une richesse indéniable liée à une histoire mouvementée remontant à la préhistoire et constituant un patrimoine riche et varié et des manifestations culturelles tels-que les festivals, des fêtes locales, etc.

2.3. Potentialités artisanales

La wilaya de Tizi-Ouzou regroupe l'ensemble des activités artisanales traditionnelles comme : la poterie, la bijouterie, et la robes traditionnel, etc.

3. Les établissements hôteliers

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de 31 établissements hôteliers en activité avec une capacité d'hébergement de 909 chambres et de 1561 lits (**voire l'annexe n°5**).

Le tableau suivant représente les différents établissements hôteliers en activité, répartis par vocation et par catégorie de classement.

Tableau n°22 : Répartition des établissements hôteliers en activité par vocation et catégorie de classement (situation arrêtée au 28/05/2018).

Vocation	4*	3*	2*	1*	Sans Etoile (SE)	Catégorie Unique(CU)	Autres structures	Non Classe (NC)	Total
Urbains	-	2	3	1	4	-	2	2	14
Climatique	1	1	1	1	-	-	-	1	5
Balnéaires	-	1	-	2	1	1	-	7	12
Total	1	4	4	4	5	1	2	10	31

Source : direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2018.

On souligne qu'il y'a 16 hôtels fermés dont 06 fermés par les services de la sureté de la wilaya pour irrégularités.

Le secteur public représente moins de 20%. Le chef lieu de wilaya est le mieux pourvu en infrastructures hôtelières avec 861 lits soit près de 53% des capacités totales. Les stations touristiques balnéaires de TIGZIRT, IFLISSEN et AZEFFOUN ne comptent que 450 lits des

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

hôtels en activité. Les stations touristiques climatiques (YAKOUREN et TALA-GUILEF) n'offrent également que 320 lits. Il y'a lieu de souligner que l'hôtel « Djurdjura » d'Ain El Hammam a changé d'activité pour devenir une auberge de jeunes en 2009. Nous constatons que la majorité des hôtels sont situés dans la ville de Tizi-Ouzou ou dans les villes côtières d'Azzefoune et de Tigzirt, ce qui démontre le déséquilibre entre un tourisme balnéaire en pleine extension et un tourisme de montagne encore a l'état embryonnaire.

4. Projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose de 30 projets d'investissements touristiques sont accueillement en cours de réalisations à travers plusieurs localités de la wilaya.

Le tableau suivant représente les projets touristiques en cours de réalisation répartie par vocation et la nature du projet et sa localisation.

Tableau n°23 : Projets d'investissements touristique en cours de réalisation (situation arrêtée au 18 /04/2018)

Nature de projet	Commune	Int ZEST	Hors ZEST	Nature Juridique	vocation	Capacité par lit	Emplois	Taux avancement
Hôtel	Tizi-Ouzou		×	Privé	Urbain	150	35	95%
Hôtel	Tizi-Ouzou		×	Privé	Urbain	62	15	65%
Hôtel	Tizi-Ouzou		×	Privé	Urbain	20	48	70%
Hôtel	Tizi-Ouzou		×	Privé	Urbain	70	17	60%
Résidence touristique	Tizi-Ouzou		×	Privé	Urbain	120	65	70%
Hôtel	Tigzirt		×	Privé	Balnéaire	24	15	70%
Auberge	Tigzirt		×	Privé	Balnéaire	40	19	65%
Extention Hôtel	Iflissen		×	Privé	Balnéaire	48	10	60%
Auberge	Iflissen	×		Privé	Balnéaire	48	19	85%

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

Hotel	Boudjima		×	Privé	Rural	32	9	10%
Hôtel et chalet	Azeffoun	×		Privé	Balnéaire	120	27	90%
Auberge	Boghni		×	Privé	Rural	50	30	40%
Auberge	Makouda		×	Privé	Rural	12	20	20%
Auberge	Aghrib		×	Privé	Rural	94	20	65%
Motel	Tizi-Rached		×	Privé	Rural	100	28	80%
Hôtel	Irdjen		×	Privé	Urbain	118	55	85%
Auberge	Timizart		×	Privé	Rural	48	31	60%
Centre de vacance	Ouaguenoun Tamda		×	Privé	Urbain	240	340	70%
Village de vacance	Zekri		×	Privé	Rural	108	132	80%
Hôtel	Azazga		×	Privé	Urbain	140	80	75%
Résidence touristique	Tigzirt		×	Domania l	Balnéaire	60	20	5%
Hôtel	Freha		×	Privé	Urbain	62	74	35%
Complexe touristique	Azeffoun	×		Domania l	Balnéaire	60	20	5%
Résidence touristique	Azeffoun	×		Privé	Rural	120	15	50%
Réhabilitation bracellit d'argent	Bini Yanni		×	Domania l	Rural	52	20	40%
Réhabilitation de Hôtel Balloua	Tizi-Ouzou		×	Domania l	Urbain	78	32	40%
Réhabilitation de Hôtel Lalla Khedidja	Tizi-Ouzou		×	Domania l	Urbain	90	40	40%

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

Réhabilitation de Hôtel el arz	Boghni		×	Domania l	Rural	550	200	40%
Réhabilitation de Hôtel Amraoua	Tizi-Ouzou		×	Domania l	Urbain	295	73	10%
Réhabilitation d'Hôtel Tamgout	Yakouren		×	Domania l	Rural	150	42	30%

Source : réalisé par nous-même à partir des données de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, 2018.

A travers ce tableau nous pouvons constater que huit (08) projets d'investissements se situent au chef lieu de la wilaya, et vingt deux (22) dans les communes côtières, ainsi que la nature juridique de ces projets, vingt deux (22) sont d'une nature privé et huit (08) autres domaniale, il ya une variété dans la nature des projets ; entre hôtel ;motel ; auberge ; village de vacance, résidences touristiques ,une capacité d'accueil à partir de 12 à 550 lits, quatre (04) sont des internes ZEST et vingt-six (26) hors ZEST, une offre d'emplois de neuf(09) à trois cent quarante (340) postes d'emplois.

Section 02 : le guichet unique décentralisé de la wilaya de Tizi-Ouzou

L'ANDI a pour principale mission le développement et le suivi des investissements nationaux et étrangers. Elle vise à faciliter l'accomplissement des formalités administratives relatives au lancement des projets de création d'entreprise grâce à un guichet unique décentralisé³.

1. La présentation guichet unique décentralisé du Tizi-Ouzou

Le guichet unique décentralisé est un démembrement local de l'Agence Nationale de Développement de l'Investissement. Créé au niveau de la wilaya, il regroupe en son sein, outre les cadres de l'Agence elle-même, les représentants des administrations intervenant à un moment ou à un autre dans le parcours de l'investissement notamment pour les formalités liées à :

- La constitution et d'immatriculation de sociétés ;
- Les autorisations et permis requis notamment le permis de construire ;
- Les avantages liés aux investissent.

Le Guichet s'est tracé comme objectif le développement de l'investissement au niveau de la région qui présente des opportunités très importantes, notamment, au niveau des secteurs de l'Agriculture, les Ressources Halieutiques, Tourisme, Thermalisme, l'Industrie, etc. Qui nécessitent des actions concrètes de promotion, de communication, de facilitation et d'accompagnement en direction des investisseurs.

Le guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou a eu à accomplir ses missions qui lui ont été assignées, et qui se traduisent par:

- Le service de promouvoir l'investissement dans la région.
- Assurer, dans tous les domaines utiles à l'investissement, un service d'accueil et d'information au profit des investisseurs
- Assister les promoteurs dans la concrétisation de leurs projets d'investissements.
- Identifier les obstacles et contraintes de toute nature entravant la réalisation des investissements et les communiquer à la Direction Générale de l'ANDI afin de

³ <http://www.andi.dz/index.php/fr>

permettre à cette dernière de proposer au Ministre de tutelle, des mesures organisationnelles et réglementaires à même d'y remédier.

- Assurer un service de mise en relation d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaires

2. Composition du guichet

Le guichet unique décentralisé comporte quatre centres ⁴:

2.1. Le centre de gestion des avantages

Le centre de gestion des avantages est chargé de gérer, à l'exclusion des cas prévus par l'article 35 de la loi relative à la promotion de l'investissement, les avantages et incitations divers mis en place, au profit de l'investissement.

2.2. Le centre d'accomplissement des formalités

Le centre d'accomplissement des formalités est chargé de fournir les prestations liées aux formalités constitutives des entreprises et à la réalisation des projets.

Il regroupe dans un même espace les services directement chargés de l'exécution des procédures liées à l'accès et à l'exercice des activités et à la réalisation des projets, notamment les déclarations.

Il regroupe en son sein, outre les agents concernés de l'Agence, les représentants de l'Assemblée populaire communale du lieu d'implantation du guichet unique décentralisé.

- Le Centre National du Registre de Commerce
- Les services des Impôts
- Les services des Domaines
- Des services des Douanes
- Des services de l'Urbanisme
- De l'Aménagement du Territoire et de l'Environnement
- le service de l'Emploi et du Travail
- les représentants de la CNAS et de la CASNOS et de l'APC

⁴ Guichet de Tizi-Ouzou-Andi. Disponible sur www.andi.dz/index.php/contact/guichets (consulté le 19/11/2018) à 10 :48

2.3. Le centre de soutien à la création des entreprises

Le centre de soutien à la création des entreprises est chargé d'aider et de soutenir la création et le développement des entreprises.

Il fournit aux investissements éligibles au dispositif de la loi relative à la promotion de l'investissement, un service d'information, de formation et d'accompagnement.

2.4. Le centre de promotion territoriale

Le centre de promotion territoriale est chargé en étroite collaboration avec les collectivités locales relevant de sa circonscription, de contribuer à la mise en place et à la réalisation d'une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités de la wilaya d'implantation à partir de la mobilisation de ses ressources et de ses énergies.

3. Les avantages dédiés à l'investissement

Les projets d'investissement peuvent bénéficier d'exonération et réduction fiscale selon la localisation et l'impact des projets sur le développement économique et social.

Ils sont classés par trois niveaux : communs aux investissements éligibles ; supplémentaires au profit des activités privilégiées ; exceptionnels investissements présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale⁵.

3.1. Communs aux investissements éligibles

On trouve des avantages spécifiques aux projets réalisés au nord et ceux dédiés aux projets réalisés dans le sud.

3.1.1. Projets réalisés dans le Nord

En ce qui concerne les projets réalisés au nord, on trouve des avantages pour la phase de réalisation ainsi que la phase d'exploitation.

3.1.1.1. La phase de réalisation

- Exonération de droits de douane pour les biens, importés et entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;

⁵ Journal Officiel de la République Algérienne N°46, 3 août 2016, p.17.

- Franchise de TVA pour les biens et services, importés ou acquis localement entrant directement dans la réalisation de l'investissement ;
- Exemption de droit de mutation à titre onéreux et de la taxe de publicité foncière, pour toutes les acquisitions immobilières effectuées dans le cadre de l'investissement concerné ;
- Exemption des droits d'enregistrement, de la taxe de publicité foncière, ainsi que de la rémunération domaniale portant sur les concessions de biens immobiliers bâtis et non bâtis destinés à la réalisation de projets d'investissements. Ces avantages s'appliquent pour la durée minimale de la concession consentie ;
- Abattement de 90% sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines pendant la période de réalisation de l'investissement ;
- Exonération de la taxe foncière sur les propriétés immobilières entrant dans le cadre de l'investissement, pour une période de dix (10) ans, à compter de la date d'acquisition ;
- Exonération des droits d'enregistrement frappant les actes constitutifs de sociétés et les augmentations de capital.

3.1.1.2. Phase d'exploitation

Pour une durée de trois (3) ans pour les projets créant jusqu'à cent(100) emplois au moment du démarrage de l'activité et après constat d'entrée en activité établi par les services fiscaux à la diligence de l'investissement :

- Exonération de l'impôt sur le bénéfice des sociétés (IBS) ;
- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (TAP) ;
- Abattement de 50% sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines.

3.1.2. Projets réalisés dans le sud, les HAUTS PLATEAUX

En ce qui concerne les projets réalisés au sud, on trouve des avantages pour la phase de réalisation ainsi que la phase d'exploitation.

3.1.2.1. Phase de réalisation

Sont les même avec les avantages dans le nord avec

- Une prise en charge partielle ou totale par l'Etat, après évaluation par l'agence des dépenses au titre des travaux d'infrastructures nécessaires à la réalisation de projets investissement.

3.1.2.2. Phase d'exploitation

La phase d'exploitation et pour une durée de dix (10) ans :

- Exonération de l'impôt sur le bénéfice des sociétés ;
- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle ;
- Abattement de 50% sur le montant de la redevance locative annuelle fixée par les services des domaines.

3.2. Supplémentaires au profit des activités privilégiées

Il s'agit en premier lieu, des incitations fiscales et financières particulières instituées par la législation, en faveur des activités touristique, industrielles et agricoles.

Le deuxième type d'avantages supplémentaires, concerne l'investissement créateur de plus de cent (100) emplois permanents, réalisés en dehors des zones à promouvoir, pour lesquels la durée des avantages d'exonération fiscale à l'exploitation est fixée à cinq (5) ans.

3.3. Exceptionnels investissement présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale⁶

3.3.1. Phase de réalisation

- Tous les avantages communs de réalisation ;
- Exonération ou réduction de droits de douanes, impôts, taxes et toutes autres impositions à caractère fiscal, de subventions, aides ou soutiens financiers, ainsi que toutes facilités susceptibles d'être consenties.

3.3.2. Phase d'exploitation

- Allongement pour une période aller jusqu'à dix (10) ans, de la durée des avantages communs d'exploitation ;

⁶ Journal Officiel de la République Algérienne N°46.Op.cit.p.

- Octroi du régime d'achats en franchise pour les biens et matières entrant dans la production des biens bénéficiant de l'exemption de la taxe sur la valeur ajoutée.

4. Principales étapes pour lancer un projet d'investissement

Pour qu'un projet d'investissement puisse bénéficier des avantages fiscaux et parafiscaux prévus par le code de l'investissement, il faut obtenir, au préalable, une décision d'octroi d'avantages délivrée par les guichets uniques décentralisés de l'agence sur la base des informations portées sur la déclaration d'investissement et la demande d'avantages⁷.

4.1 .Déclaration d'investissement

La déclaration d'investissement est la formalité par laquelle un investisseur exprime son intention de réaliser un investissement dans une activité économique de production de biens et services entrant dans le champ d'application de l'ordonnance n° 01-03 du 20 aout 2001.

Et en vue de l'obtention des avantages ou de prestations fournies par le guichet unique décentralisé de l'agence nationale de développement de l'investissement, est préalable à tout début de réalisation, est effectuée sur la base d'une formalité fournie par l'agence (**voir annexe n°6**)

Le dépôt de déclaration d'investissement est effectué auprès de guichet unique territorialement compétent de l'agence, par l'investisseur lui-même, ou toute personne le représentant, sur la base d'une procuration légalisée établie

4.2. Demande d'avantages

Lors du dépôt de la déclaration d'investissement, le promoteur fait une demande d'avantages en fonction du régime pour lequel il aura opté.

A cet effet, les services habilités de l'ANDI délivrent, après étude et approbation du dossier, la « Décision d'octroi des avantages », et visent « la liste des équipements à acquérir » dans un délai variant de 72 heures à maximum 10 jours, selon si c'est au titre de la réalisation ou au titre de l'exploitation, à compter de la date de dépôt de la déclaration et de la demande d'avantages. (**Voir annexe n°7**)

⁷www.andi.dz

Section 3 : l'impact de l'investissement touristique sur l'expansion de secteur touristique

Cette section sera consacrée à présenter la réalisation du dispositif en termes d'emplois et de projets créés durant les neuf dernières années. Ainsi que l'effet du dispositif sur l'investissement touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Afin de mener à bon escient notre recherche, nous avons mené deux enquêtes une auprès de l'agence nationale de développement de l'investissement (ANDI) et l'autre à travers un questionnaire sur d'un échantillon de 10 investisseurs sur 45 projets.

1. Résultats de l'enquête auprès du dispositif de l'ANDI

1.1. L'évolution des projets soutenus par l'ANDI par secteurs activité 2009-2017

L'évolution des projets soutenus par l'ANDI par secteurs au cours de la période 2009-2017 est représentée dans le tableau suivant :

Tableau n°24 : nombre des projets soutenus par l'ANDI

Années	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre de projets	165	970	1018	920	907	703	490	379	264

Source : l'ANDI de Tizi-Ouzou.

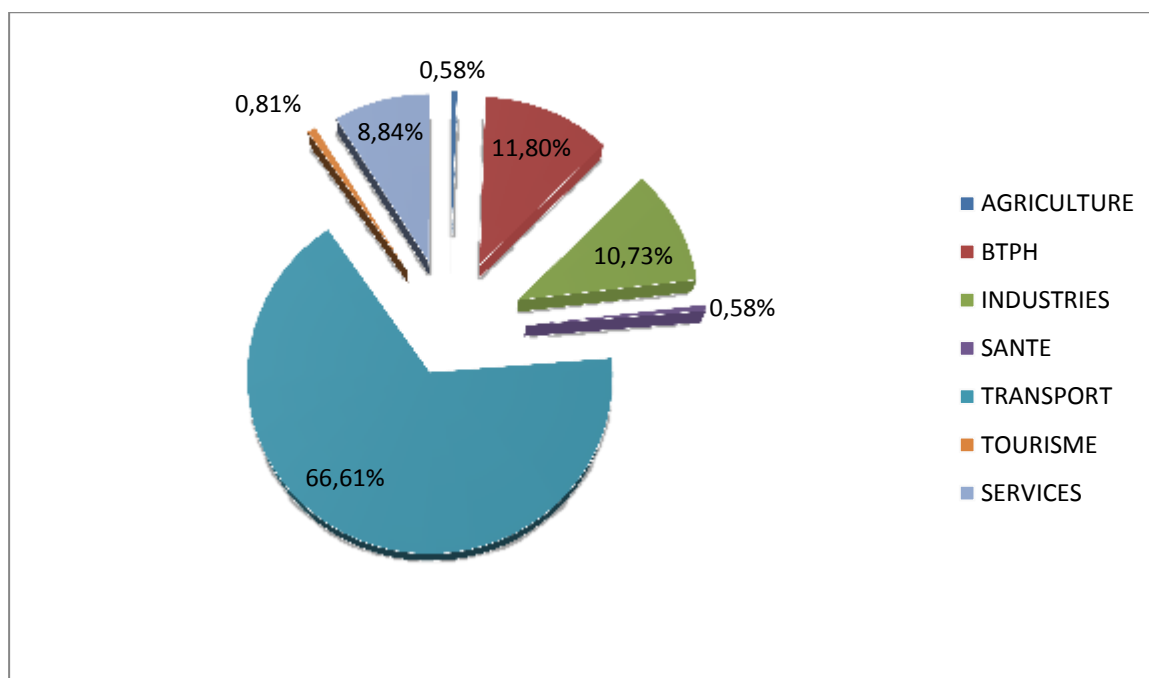
D'après le tableau ci-dessus nous remarquons que le nombre des projets enregistrés par l'ANDI a connu deux phases, ou la période 2009-2011 a marqué une augmentation au niveau de nombre de projets réalisés, tandis que la période 2011-2017 a connu une diminution du nombre de projets qui ne cessent de régresser jusqu'à nos jours, passant alors de 1018 projets en 2011 à 264 projets en 2017.

La régression du nombre de projets suivi par l'ANDI entre la période 2011-2017 est expliquée par la limitation des subventions accordées à certaines activités en annulant le suivi d'autres.

1.2. La répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité

La figure suivante représente la répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité

Figure n°7 : Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activités 2009-2017.



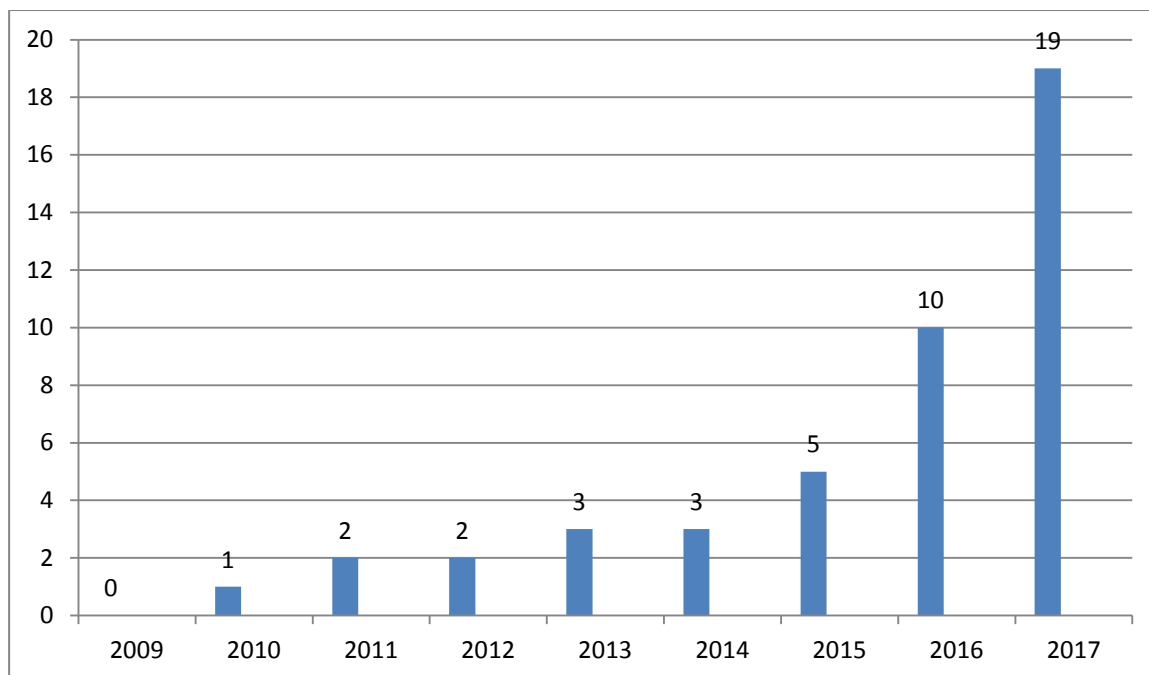
Source : nos recoupements personnels d'après l'annexe n°1

La figure démontre qu'en matière de nombre de projets déclarés entre 2009-2017, le secteur de transport reste majoritaire avec un pourcentage de 67% soit 3807 projets, suivi du secteur de BTPH avec 11.8% soit 679 projets, et du secteur de l'industrie avec 10.73% soit 613 projets suivi du secteur de service et de santé et de tourisme avec des parts respectives de 8.84%et 0.58%et0.81%.

1.3. L'évolution des projets touristiques soutenus par l'ANDI, 2009-2017.

La figure suivante représente l'évolution des projets touristiques au cours de la période 2009-2017

Figure n°8 : Evolution des projets touristiques au cours de la période 2009-2017



Source : nos recoupements personnels d'après l'annexe n°1

A travers cette figure nous remarquons que l'année 2009, n'a marqué aucun projet touristique, puis les années suivantes ont enregistré une certaine progression dans le nombre de projets réalisés pour atteindre 19 projets en 2017.

Nous constatons l'encouragement de l'état à travers l'ANDI de l'investissement dans le secteur touristique qui est devenu un levier de développement économique après la baisse des recettes de l'hydrocarbure qui est la source principale du PIB Algérien, donc, le tourisme devient une alternative probable à l'économie algérienne.

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

1.4. Le nombre d'emplois déclarés par secteurs d'activités 2009-2017.

Nous allons représenter dans le tableau suivant le nombre d'emplois créé par secteur :

Tableau n°25 : Nombre d'emplois enregistré par l'ANDI par secteur d'activité

Secteur d'activité	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Agriculture	00	20	08	04	48	82	31	58	268
BTHP	282	1391	2256	1628	2167	1049	781	757	386
Industrie	106	610	1062	880	1923	1698	1806	2112	2614
Santé	00	77	51	18	27	41	62	113	209
Transport	324	1791	1841	1226	1062	832	622	525	148
Tourisme	00	31	35	45	23	71	201	273	745
Service	28	386	268	370	466	258	399	327	143
Hydrocarbure	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Commerce	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Télécommunication	00	00	00	00	00	00	00	00	00
Total	740	4306	5521	4171	5716	4031	3902	4165	4513

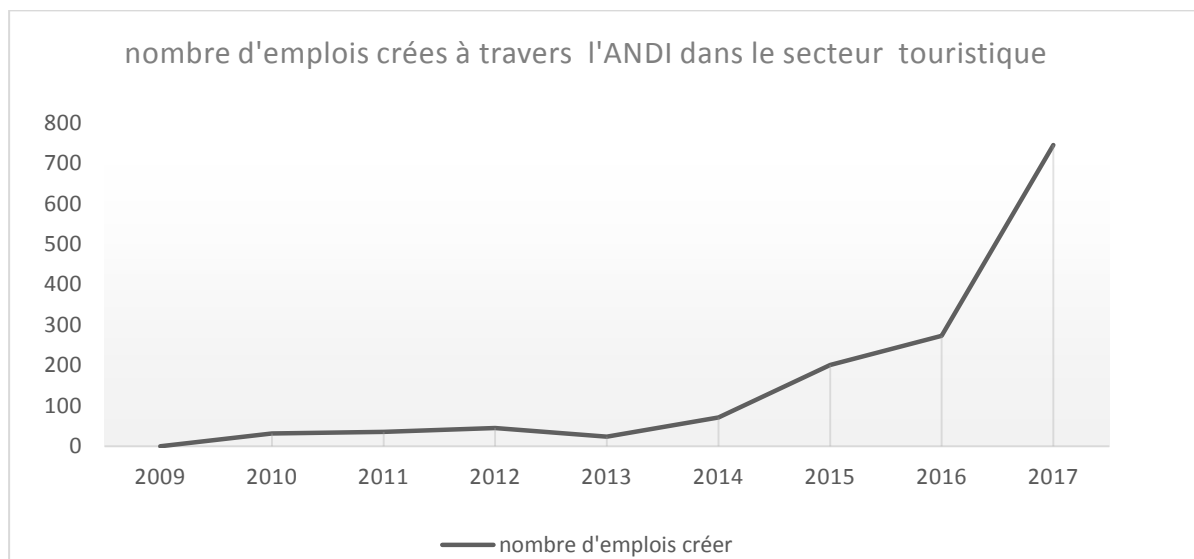
Source : ANDI de Tizi-Ouzou

Il faut préciser que l'ANDI de son côté ne cesse de contribuer à la création de l'emploi, l'ANDI à enregistré 37 065 emplois entre 2009 et 2017.

1.5. Le nombre d'emplois déclaré dans le secteur touristique 2009-2017.

Le secteur touristique a créé 1424 emplois durant ces neuf dernières années. La représentation graphique qui suit va nous permettre de mieux visualiser cette évolution :

Figure n°9 : nombre d'emplois créé à travers l'ANDI dans le secteur touristique



Source : graphe établie à partir des données du tableau

D'après cette figure nous remarquons que le nombre d'emplois créé dans le secteur touristique qui ne cesse d'augmenter allant de 00 en 2009 jusqu'à 745 en 2017.

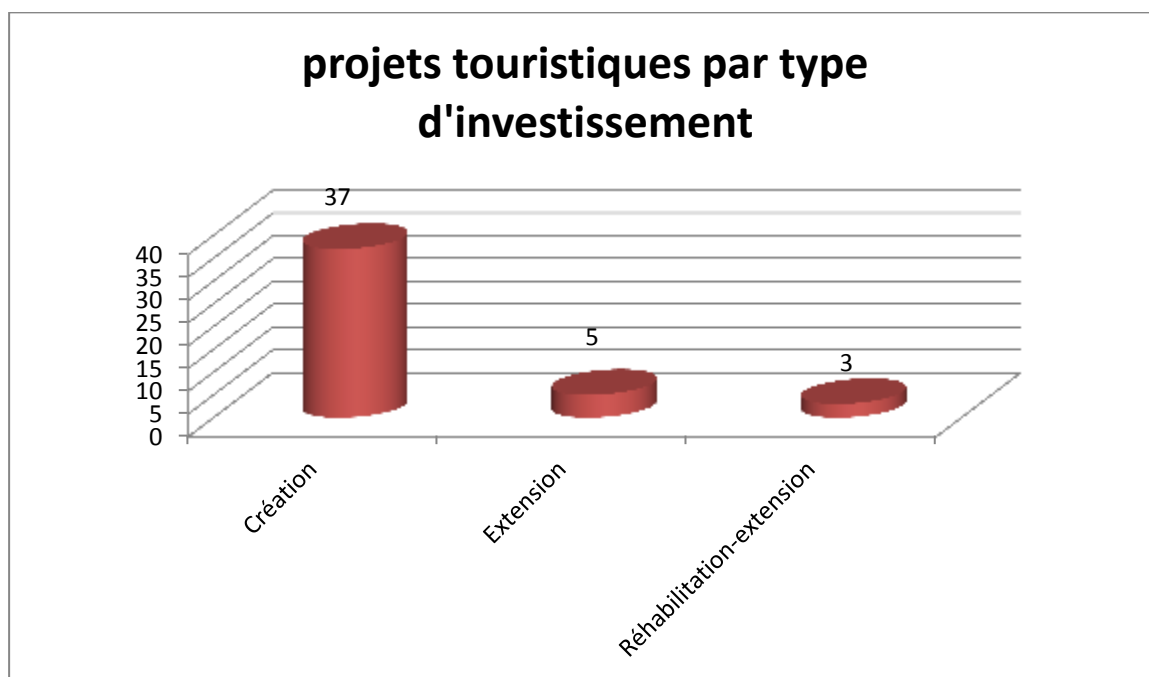
Comme la montre les données précédentes les investissements dans le secteur touristique passant par l'ANDI de Tizi-Ouzou ne cessent de s'accroître, en effet, le nombre d'emplois créé à travers des projets touristiques soutenu par l'ANDI s'élèvent à 1224 postes de travail depuis l'introduction du secteur touristique par l'agence nationale de développement d'investissement. Ces créations d'emplois appuient l'importance du rôle du tourisme dans l'économie nationale par sa contribution à la baisse du taux de chômage et donc participe à la création de richesse dans le pays.

1.6. La répartition des projets touristiques par type d'investissement

Nous allons dans ce qui suit approfondir l'analyse des projets touristiques subventionnés par L'ANDI en commençant d'abord par leurs types d'investissement.

La figure suivante représente la Répartition des projets touristiques par type d'investissement :

Figure n°10 : Répartition des projets touristiques par type d'investissement



Source : synthétisé par nos soins à partir des données obtenues de l'ANDI de Tizi-Ouzou.

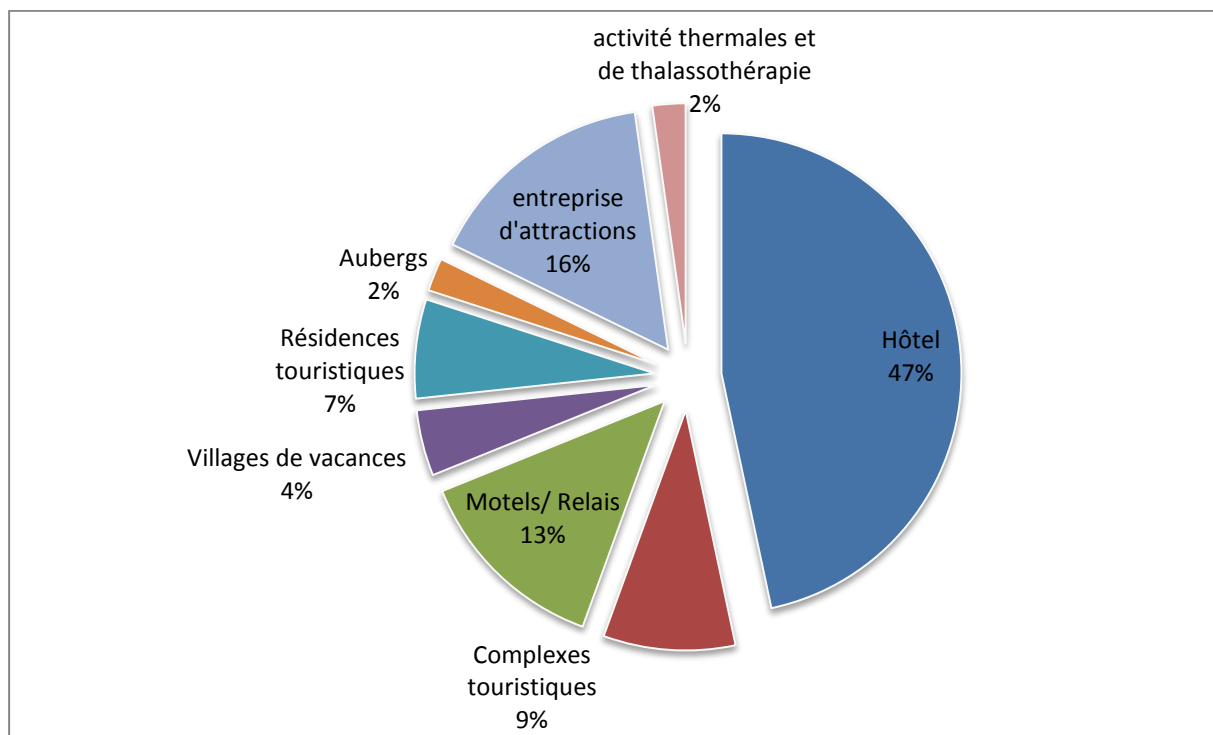
D'après cette figure nous remarquons que la majorité des projets subventionnés par L'ANDI sont des projets de création, qui sont de 37 projets sur 45 projets au total soit d'un pourcentage de 80.22%. Ensuite, vient en second lieu les projets d'extension qui représentent 5 projets sur 45 projets au total soit 11.11% et en dernier lieu, les projets de réhabilitation-extension étant de 3 sur 45 soit 6.67% des projets touristiques passant par L'ANDI.

Ceci s'explique par la multiplicité des avantages fournies par l'ANDI et sa volonté d'encourager la création de nouveaux projets touristiques, dans le but de renforcer le nombre de projets touristiques créés à Tizi-Ouzou.

1.7. La répartition des projets touristiques par nature de projet

La figure suivante représente La répartition les projets touristiques par nature

Figure n°11 : La répartition des projets touristique par nature



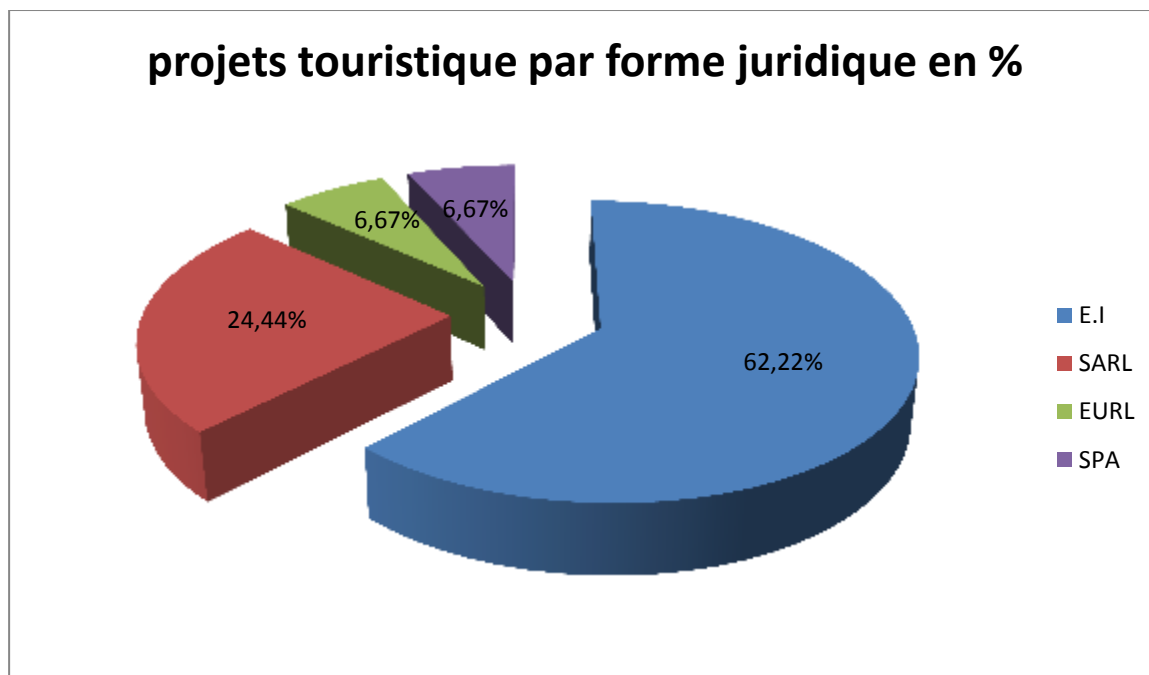
Source : nos recoupements personnels d'après l'annexe n°2

A partir de la figure n° 11 ,nous remarquons que les investissements touristiques de l'ANDI Tizi-Ouzou sont en majorité sont des hôtels dont il occupe un pourcentage de 47%(21 hôtels) du total, ce chiffre s'explique par l'importance de l'investissement financier que requiert la création d'hôtels, qui pousse les détenteurs de projets à se diriger vers l'ANDI, ainsi que l'insuffisance des infrastructures hôtelières dans la région de Tizi-Ouzou qui les rendent rentables, ainsi que la favorisation des projets type hôtel par l'agence en facilitant les procédures de création, et ce grâce à leur grande capacité de création d'emplois . Ensuite viens les entreprises d'attractions 16% précèdent les motels/ relais avec 13%, les complexes touristiques 9%, villages de vacances 4%, résidences touristiques 7 %, et en dernière place vient les auberges et activités thermale et de thalassothérapie avec un même pourcentage qui est de 2%.

1.8. La répartition des projets touristiques par formes juridiques

La figure suivante représente la Répartition des projets touristiques par formes juridiques :

Figure n °12 : Répartition des projets par formes juridiques



Source : Etablie à partir des données de l'ANDI Tizi-Ouzou

Nous remarquons que la majorité des investissements touristiques sont des entreprises individuelles (E.I) dont leurs pourcentages est de 62.22% ensuite les SARL avec 24.44% du total, contrairement au SPA et EURL qui sont pas très fréquentes dont le même pourcentage 6.67% des projets touristiques passés par l'ANDI.

Les entreprises individuelles représentent un grand nombre car elles présentent une facilité dans les démarches administratives de leur création, un coût moindre dans leur réalisation par rapport aux autres formes juridiques, et la non-obligation de trouver un partenaire.

Les avantages que présente cette forme juridique sont plus profitables que les autres formes.

1.9. La répartition des projets touristiques par mode de financement

Tableau suivant représente La répartition les projets touristiques par mode de financement :

Tableau n°26 : répartition des projets par mode de financement

Mode de financement	Nombre de projet	Pourcentages
Mixtes	37	82.22%
Autofinancement	5	11.11%
Financement bancaire	3	6.67%
Total	45	100%

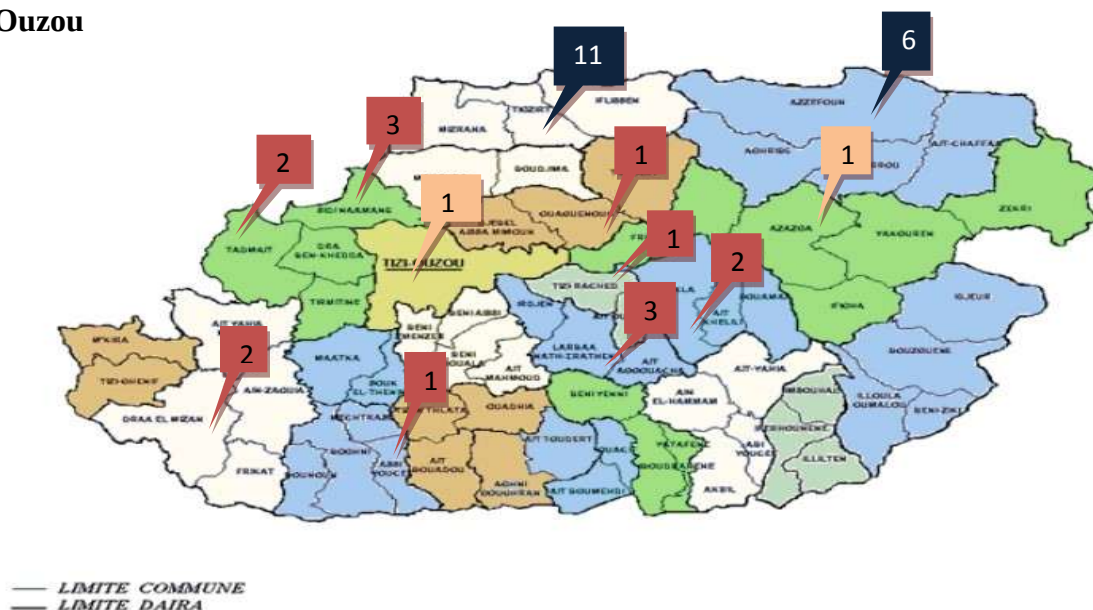
Source : Etablie à partir des données de l'ANDI Tizi-Ouzou

De ce tableau nous déduisons que la plupart des porteurs de projets ont opté pour un financement mixte dont leur pourcentage est de 82.22% ensuite, en seconde place vient ceux qui ont choisi de s'autofinancer avec un pourcentage de 11.11% et viens le mode financement bancaire qui n'est pas très privilégié avec un pourcentage de 6.67% du totale des projets.

1.10. La localisation des projets touristiques

Cette carte suivante représente la localisation des projets touristiques :

Figure n°13 : La répartition des projets touristiques par daïra dans la wilaya de Tizi-Ouzou



Source : établie à partir des données de l'ANDI Tizi-Ouzou

La carte nous montre le nombre de projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou ayant été soutenu par l'ANDI, nous remarquerons que la grande partie des projets touristiques sont situés au chef lieux de Tizi-Ouzou et à Tigizirt avec successivement un nombre de 12, et 11 projets ensuite Azeffoun avec un chiffre de 6 projets et suit les autres régions avec des nombres de projets bien inférieurs.

Depuis cette analyse nous constatons que les porteurs de projets préfèrent investir dans la grande ville et région balnéaires cela est dû l'afflux des touristes dans ces régions du fait de leur situation géographique d'un côté, mais aussi de l'histoire des régions, leurs cultures ainsi que l'éventail d'activités qu'elles proposent.

2. Analyse des résultats de l'enquête par questionnaire

Dans cette partie, nous nous intéressons à la qualité des porteurs de projets, et savoir les raison du choix de l'ANDI et à la nature d'accompagnement et de suivie et aux obstacles rencontrés par cette dernière.

Nous avons choisi notre échantillon d'une façon aléatoire .Il se compose de 10 investisseurs sur 45 investisseurs contactés, seulement 10 investisseurs qui ont répondu à toutes les questions.

Les restrictions apportées à notre échantillon sont dues essentiellement à :

- La non disponibilité de certains investisseurs ;
- Le refus de certains investisseurs de répondre au questionnaire ;
- La non-conformité de quelques réponses.

Déroulement du questionnaire

Pour remplir le questionnaire, nous avons suivis une méthode de types face à face, nous nous sommes déplacés au niveau des sièges des projets, pour rencontrer personnellement les investisseurs pour leurs administrer le questionnaire.

La passation du questionnaire a été bien accueillie par certains entrepreneurs, qui n'ont pas hésité à nous consacrer le temps nécessaire pour répondre à nos questions. Mais il faut savoir que, nous avons rencontré d'énormes difficultés pour convaincre les investisseurs. En

effet dans la plupart des cas, Les investisseurs ne sont pas disponibles à répondre, ce qui a constitué une contrainte majeure pour l'aboutissement de notre enquête.

2.1. Identification de l'investisseur

L'identification des investisseurs enquêtés par sexe, par âge et niveau d'études se présente comme suit :

2.1.1. Répartition des investisseurs par sexe

Selon le résultat de notre enquête, les hommes représentent une part très importante .la totalité sur 10 investisseurs enquêtés 100% sont des investisseurs hommes, ceci montre la difficulté de l'intégration des femmes dans l'investissement touristique .Les caractéristiques de la société algérienne ne facilitent pas l'intégration des femmes dans un milieu qui parait dur et fermé.

2.1.2. L'âge des investisseurs

D'après les résultats de l'enquête 8 investisseurs sur 10(soit 80%) ont un âge plus de 40 ans dans les 20%restant ont un âge qui varie entre 36 et 40.Ce qui signifie que le dispositif de l'ANDI n'exige pas âge.

2.1.3. Niveau d'étude et formation professionnelle

Le niveau d'étude des investisseurs enquêtés se situe entre le moyen (soit40% des investisseurs) et le secondaire (soit 30% des investisseurs).Le taux des universitaire est marginal (soit 20% des investisseurs), et ceux de niveau primaire occupent la derrière place avec un taux de 10%.

2.2. Identification du projet

Pour répondre à notre problématique il est nécessaire de connaitre les projets enquêtés à travers notamment : la date de leur création, leur siège social (la commune), la forme juridique et les types activités.

2.2.1. Commune de localisation des projets enquêtés

Le tableau qui suit, représente les projets enquêtés par commune.

Tableau n°27 : La répartition des projets de l'échantillon par commune

Commune	Fréquence	Pourcentage
TIZI-OUZOU	5	50%
SIDI NAAMANE	1	10%
AZZEFOUN	1	10%
SOUAMAA	1	10%
ZEKRI	1	10%
BENI YENNI	1	10%
Total	10	100

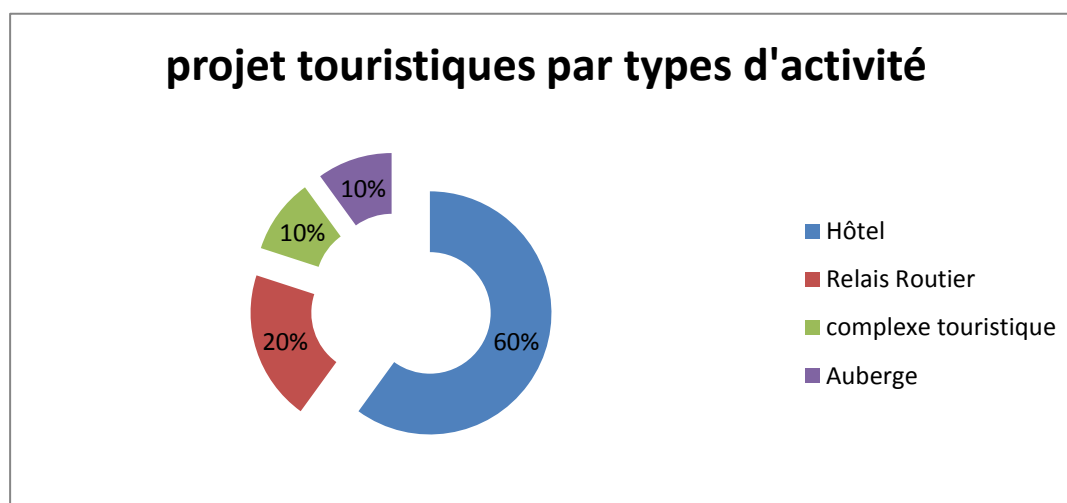
Source : résultats de notre enquête

La création de projets concerne toute personne ayant répondu aux critères d'éligibilité de l'ANDI que ce soit son localisation, ville ou village. Notre échantillon touche six communes différentes de la Tizi-Ouzou.

2.2.2. La répartition des projets de l'échantillon selon leurs types activités

La classification des projets enquêtés selon leurs types d'activité, est présentée comme suit :

Figure n°14 : La répartition des projets de l'échantillon selon leurs types activités



Source : résultats de notre enquête

D'après cette figure nous remarquons que le type d'activité la plus dynamique en terme de projets créés est les hôtels avec 60% des projets soit 6 projets suivi par les relais routiers qui ont une part de 20%, alors que les complexes touristiques et les auberges représentent un taux marginal de 10%.

2.2.3. Date de création des projets enquêtés

Les résultats de notre enquête montre que 60%des projets enquêtés, soit 6 projets ont été créés depuis trois ans et plus de 30% seulement ont été créés moins de 3 ans, soit 1 projets sur le total de 10 projets enquêtés. Cela peut être expliqué par les mesures prises par l'Etat en matière d'encouragement de l'initiative à travers le dispositif de l'ANDI qui consiste à promouvoir et soutenir l'investissement dans le secteur touristique, pour cette raison nous constatons une forte dynamique de création des projets durant la période [20010-2017].

2.2.4. La répartition des projets de l'échantillon selon la structure du capital

Selon les résultats de notre enquête, nous pouvons déduire les constatations suivantes :

Tableau n°28 : La répartition des projets enquêtes selon la structure du capital

Nature du capital	Fréquence	pourcentage
Publique	03	30%
Privé	07	70%
Total	10	100

Source : résultats de notre enquête

Selon le tableau ci-dessus, la catégorie des projets privés est au nombre de 07 projets, soit 70 % des projets enquêtés. La catégorie des projets Publique occupe le second rang avec 3 projets, soit 30%.

2.3. Opinion sur l'accompagnement du projet

Pour évaluer l'accompagnement du dispositif nous allons adresser un ensemble de questions sur les quelles les promoteurs ont répondu et ont donné leurs opinions.

2.3.1. L'origine de l'idée du projet

Les investisseurs enquêtés, dans leur majorité (70% soit 7 investisseur), la création de leurs projets n'est pas liée à leurs formations. Ce qui confirme que l'ANDI n'exige pas formation spécialisée.

2.3.2. Les détermination du choix du secteur d'activité

En analysant les facteurs qui ont aidé les investisseurs à choisir le secteur d'activité. Nous constatons que le facteur principal est l'expérience dans le domaine avec un taux de 70% soit 7 investisseurs ; Conseils des amis et famille est en deuxième position avec un taux de 20% soit 2 investisseur, alors que la localisation un taux marginal de 10% soit un seul investisseur. Ce qui signifie que l'investisseur privé cherche à investir essentiellement dans les activités ou il a vécu une expérience antérieure.

2.3.3. Les raisons du recours des investisseurs à l'appui

Les investisseurs estiment avoir fait recours au dispositif dans le but de bénéficier des avantages financiers. Cette réponse représente la totalité 100% soit 10 investisseur sur les 10 enquêtés. Ce qui signifie que la difficulté principale à la création du projet est le manque de financement.

2.3.4. La phase dans laquelle l'ANDI est sollicitée

Le tableau qui suit représente les phases dans lesquelles l'ANDI est sollicitée

Tableau n°29 : les phases dans lesquelles les investisseurs sollicitent l'ANDI

Type d'investissement	Nombre de projets	pourcentage
Création	7	70%
Extension	2	20%
Réhabilitation	3	30%

Source : résultats de notre enquête

D'après la lecture du tableau si dessus nous remarquons que la majorité des investisseurs soit 70% des investisseurs enquêtés sollicitent l'ANDI dans la phase de création de leurs projets, en raison de manque de financement et le solliciter a cette phase permet

l'octroie d'avantage fiscaux et parafiscaux puis vient la phase d'extension et de réhabilitation avec des pourcentages qui sont respectivement de 20% et 30% des investisseurs enquêtés.

2.3.5. Les avantages octroyés par l'ANDI

D'après les déclarations des investisseurs enquêtés l'ANDI accorde divers privilèges qui sont :

- Franchise de la TVA et TAP et IRG pendant la période accordée.
- Exonération des droits de douane pour les biens importés.
- Expansion des droits d'enregistrement.

Nous constatons que l'ANDI avec ses différents avantages procure une aide considérable aux investisseurs.

2.4. Création d'emplois

Pour mesurer la contribution des projets à l'emploi, nous avons comparé les nombres d'emplois déclarés et réalisés, ainsi que le rôle de l'ANDI à la réalisation du projet d'investissement.

2.4.1. Nombre d'emplois déclarés et réalisés

Le tableau qui suit, représente le nombre d'emplois déclarés et réalisés

Tableau n°30 : Nombre d'emplois déclarés et réalisés

	Nombre d'emplois déclarés		Nombre d'emplois réalisés	
	Fréquence	pourcentage	Fréquence	pourcentage
Hôtel	245	73.35%	260	73.86%
Relais Routier	34	10.17%	48	13.63%
Complexe touristique	25	7.48%	30	8.52%
Auberge	30	8.98%	16	4.54%
Total	334	100%	352	100%

Source : résultats de notre enquête

Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou

On comparant le nombre d'emplois déclarés et réalisés par chaque projet, que ce soit le type de leur activité, nous constatons que le nombre d'emplois déclarés est inférieur au nombre d'emplois réalisés.

Le nombre d'emplois réalisés par les bénéficiaires de l'ANDI est 352 emplois et le nombre d'emplois déclarés est de 334 emplois ce qui nous permet de constater que le nombre d'emplois réalisés est supérieure au nombre d'emplois déclarés .Les hôtels contribuent à créer 260 emplois, suivi par les relais routiers de 48 emplois.

2.4.2. Rôle de l'ANDI

Le tableau suivant représente l'opinion des investisseurs

Tableau n°31 : Rôle de l'ANDI

Rôle de dispositif		Fréquence	pourcentage
Le dispositif vous pousse à investir dans ce secteur	Oui	6	60%
	Non	4	40%
Sans le dispositif crée vous votre projet	Oui	7	70%
	Non	3	30%

Source : résultats de notre enquête

Nous remarquons à travers la lecture du tableau n°31 que le dispositif par le biais des divers avantages a poussé les investisseurs à investir, 60% ont déclaré que le dispositif a exercé une influence sur investissement, 70% des investisseurs ont déclaré que même sans le dispositif, ils ont tous l'expérience et la capacité et la dynamique pour créer leurs projets par contre les 30% restant soit 3 investisseur sur les 10 investisseurs enquêtés estiment que le soutien de l'ANDI est indispensable à la création de leurs projets par raison des avantages fiscaux.

2.4.3. Le suivi de la part de l'ANDI

D'après les dires de nos investisseurs nous constatons que 80%des investisseurs soit 8 sur les 10 investisseurs enquêtés, confirment que l'ANDI les accompagne durant la création du projet et elle effectue un suivi après l'achèvement de cette phase, afin de différencier la phase de création de celle d'exploitation et de s'assurer que les conditions sont respectées. En parallèle les 20%restants soit 2 des investisseurs enquêtés infirment réalisation d'un suivi par l'ANDI.

2.4.4. Les difficultés rencontrées par les investisseurs

Les principaux obstacles que rencontrent les investisseurs lors de la réalisation de leurs projets sont :

- Manque de travail
- Manque de main d'œuvre qualifiée
- La procédure administrative très longue
- La non stabilité de la matière première (rareté de la marchandise et la hausse des prix)
- Manque d'assiette financière
- Problème de remboursement et la concurrence.

D'après notre étude nous constatons que l'ANDI encourage et favorise l'investissement touristique via l'octroie de divers avantages, elle effectue un accompagnement ainsi qu'un suivi on allant de l'idée jusqu'à la réalisation du projet.

Conclusion

Le nombre de projets touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou augmente chaque année, les projets soutenus par l'ANDI ont atteint le nombre de 45 entre 2009 et 2017. Sachant qu'au moment de sa création le nombre de projets encadrés par l'agence avoisine le zéro, ceci démontre que l'ANDI en offrant de multiples avantages attire un nombre conséquent d'investisseurs qui augmente au fil des ans. Donc, l'ANDI a un impact positif sur l'économie de la région de Tizi-Ouzou en créant de nouveaux postes de travail et l'augmentation du nombre de projets réalisés dans la wilaya.

Les investisseurs dans le secteur touristique qui ont sollicité l'ANDI par rapport aux avantages offerts à ces derniers témoignent de leur satisfaction vis-à-vis des services offerts par l'ANDI.

Conclusion générale

Conclusion générale

En l'espace d'un siècle, le tourisme s'est propagé dans le monde entier et demeure aujourd'hui un secteur en très grande forme. Les types de tourisme ainsi que les structures se sont organisées autour de la demande et des besoins de ce secteur qui se diversifie tant que le nombre de touristes sur le globe ne cessent d'augmenter.

Ainsi, le tourisme devient un levier important pour l'économie mondiale, puisqu'il représente environ 10% du PIB mondial. Devant l'importance des flux que le tourisme attire, les pays du monde entament des opérations pour les attirer à travers la création d'organismes régionaux et internationaux qui ont la charge de contribuer à l'expansion du secteur touristique.

Les structures mises en place par les gouvernements participent à la dynamisation du tourisme, à son développement et l'innovation du secteur. Il représente aussi une dimension culturelle, sociale, politique et économique.

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. Les statistiques le démontrent, l'activité touristique en Algérie est en progrès régulier.

En effet, ce secteur est devenu une priorité pour l'économie nationale dans la recherche d'alternatives aux hydrocarbures, et ce à travers une stratégie définie par le gouvernement,

Le ministère du tourisme ainsi que les dispositifs nationaux tel que l'ANDI se sont fixé comme objectif l'accompagnement des investissements dans les projets touristiques, en raison de la forte demande de l'activité et ce, à travers l'ensemble du territoire national.

Notre travail au sein de l'Agence Nationale de développement de l'investissement, le guichet unique décentralisé de Tizi-Ouzou, ainsi que notre enquête auprès de certains (10) investisseurs de la région nous a permis de recueillir des données nécessaires et pertinentes afin de répondre à notre problématique énoncée auparavant.

Ainsi, nous avons classé l'impact de l'ANDI sur le développement touristique dans la région de Tizi-Ouzou sur les trois plans suivant :

Conclusion générale

Sur le plan économique

Sur le plan économique, le secteur touristique à travers les projets d'ANDI a contribué à la lutte contre le chômage par une création d'un nombre important d'emplois touristique, elle a créé plus de 37000 postes de travail entre 2010 et 2017.

Cette création participe à la valeur ajoutée du pays et donc à son PIB.

Les projets touristiques qu'elle a accompagné a dynamisé l'écosystème économique de la région, et ce en créant d'autres emplois indirecte tel que : l'emploi des fournisseurs, sous-traitants et prestataires de service.

Sur le plan urbain

Les infrastructures touristiques apportent une esthétique soignée et originale à la ville ce qui contribue à attirer encore plus de voyageurs.

Sur le plan social et culturel

Au-delà de l'aspect économique qu'apporte le tourisme à la région, il lui permet aussi d'avoir une visibilité pour ses activités culturelles dont le tourisme assure la promotion.

Le tourisme apporte aussi de nouveaux moyens pour promouvoir la culture de la région. Ainsi, il est garant de la sauvegarde et la promotion des traditions, l'ouverture vers le multiculturels, les échanges positifs, et l'épanouissement culturel.

A partir des données analysées et les recherches menées, nous pouvons conclure que le dispositif ANDI constitue un rôle majeur dans la promotion du secteur touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou, à travers l'accompagnement et les facilitations des procédures pour les investisseurs de l'activité touristique. Les nombreux avantages accordés attirent les porteurs de projets vers le milieu touristique. C'est dans ce sens, que l'ANDI contribue au développement du tourisme et de l'économie de la wilaya de Tizi-Ouzou, et par conséquent à celui du pays.

Mais malgré tout l'effort consenti pour le développement du secteur touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou à travers le lancement de nouveaux projets et ainsi la rénovation des anciennes structures hôtelières, beaucoup de travail reste à faire pour se mettre vraiment au diapason des régions touristiques connues et reconnues à travers le monde.

Conclusion générale

Cet effort a besoin d'une volonté réelle des autorités et pourquoi pas des partenariats avec des étrangers qui ont prouvé leur compétences sur le terrain.

Bibliographie

Ouvrages :

- ✓ **AUDOUX.M.T, BESSENAY.J, MAZZETTI.PH** : « l'HOTEL théorie et pratique », Edition Jacques Lanore, France 2004.
- ✓ **BARREY.G, MICHAUD.J.L** : « Acteurs et organisation de tourisme », Edition De Boeck, Bruxelles, 2012.
- ✓ **BEN CHEIKH Ahmed Walid**, cours 1 : « introduction au tourisme : Le phénomène du tourisme », 2008.
- ✓ **CACCOMO Jean-Louis** : « fondements d'économie du tourisme : acteurs, marchés, stratégies », De Boeck, Bruxelles, 2007.
- ✓ **GBOER Jérémy**, « le tourisme un moteur de l'économie mondiale », la documentation française.
- ✓ **LEROUX Erich, PUPION Pierre-Charles** : « management du tourisme et de loisir », Edition Magnard-Vuibert, Paris, 2014.
- ✓ **VELLAS François** : « Economie et politique du tourisme international », Edition Economica, Paris, 2002.
- ✓ **YVES TINARD** : «le tourisme : économie et management », Edi science international, paris, 1994.

Thèses et Mémoires :

- ✓ **AMIR Djazil** : « le Tourisme De Montagnes, Cas de Parc National De Gouraya », mémoire du master, Université de Abderrahmane MIRA de Béjaia, 2015.
- ✓ **BENHADDOU Khedidjasoumeya** : « la pratique de marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie », thèse de doctorat, université d'Oran 2.
- ✓ **HAMMAL Ghania, HASSOUNA Siham** : « les vulnérabilités de l'offre touristique », mémoire de master, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2014.
- ✓ **KHATI Ouerdia Mélissa** : « les circuits touristiques, outils de valorisation des ressources d'un territoire : cas de la wilya de Tizi-Ouzou », Mémoire du master, Université Mouloud Mammeri, Tizi-Ouzou, 2013.

Bibliographie

- ✓ **OUSSAMANE Keita** : « Distinction de deux formes du tourisme, classique et solitaire », Institut Universitaire de Bamako, Diplôme Universitaire de Technologie, 2010.
- ✓ **TESSA Ahmed** : « la zone d'expansion touristique outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale » thèse de magister, université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 1999.
- ✓ **ZEGGANE KAMEL** : « l'offre touristique, cas de la wilaya de Tizi-Ouzou », thèse de magister, Université d'Alger, 1999.

Revues et articles :

- ✓ Discours présidentiel prononcé aux assises du tourisme février 2008
- ✓ Document fournit par ANGEM
- ✓ Document fournit par CNAC
- ✓ Document fournit par l'ANSEJ.
- ✓ Guichet de Tizi-Ouzou-Andi. Disponible sur www.andi.dz/index.php/contact/guichets
- ✓ Guide Fiscal Du Jeune Promoteur D'investissement
- ✓ Guide investir en Algérie, édition 2011.
- ✓ Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme
- ✓ Ph. KEROURIO, Dictionnaire du tourisme, dicotourisme.ifrance.com,
- ✓ Production des Statistiques du Tourisme en Algérie, Palais des Nations, Alger, février 2017.
- ✓ OURAMDANEMehenni, Tourisme plus de 1200 projets touristique adoptés par le ministère Algerieeco,journal en ligne 26 /09/2018 disponible sur www.algerie-eco.com

Site et liens :

- ✓ www.ressources.aunege.fr
- ✓ www.andi.dz/index.php/contact/guichets
- ✓ www.andi.dz/index.php/fr
- ✓ <https://économie.grand-chatellerault.fr>
- ✓ <http://leparisien.fr/flash-actualite-economie/le-tourisme-mondiale-en-hausse-de-pres-de-4-en-2016-tire-par-l-asie-omt-17-01-2017-6579831.php>.

Bibliographie

- ✓ https://www.wttc.org/media-centre/press-releases/press-releases/2018/one-in-five-of-all-new_jobs-created-globally-2017-are-attributable-to-travel-and-tourism/
- ✓ www.unwto.org
- ✓ www.wold.tourisme.org,
- ✓ www.angem.dz/fr/
- ✓ www.andi.dz
- ✓ www.dat-tiziouzou.com

Autres :

- ✓ Discours présidentiel prononcé aux assises du tourisme février 2008
- ✓ Document fournit par ANGEM
- ✓ Document fournit par CNAC
- ✓ Document fournit par l'ANSEJ.
- ✓ Guide Fiscal Du Jeune Promoteur D'investissement
- ✓ Guide investir en Algérie, édition 2011.
- ✓ Ministère de tourisme et de l'artisanat, textes législatifs et réglementaires relatifs au tourisme

Liste des tableaux et figures

Liste des tableaux :

Tableau n° 01 : Les catégories de visiteurs	7
Tableau n°02 : L'évolution des arrivées touristiques internationales de 2005 à 2016 (en millions d'arrivées)	10
Tableaux n° 03 : Les arrivées de touristes internationaux (en millions) et les recettes du tourisme international (en milliards de dollars) entre 2008 et 2016	11
Tableau n°04 : Les arrivées de touristes internationaux par pays de destination (en millions)	12
Tableau n°05 : Les types de tourisme	13
Tableau n°06 : Les différentes formes du tourisme	17
Tableau n°07 : Le tourisme international dans la Balance des Paiements (BP) en milliard \$EU	25
Tableau n°08 : Les types de projet touristique	30
Tableau n°09 : Les conditions, missions et leurs partenaires (ANSEJ, ANGEM, CNAC, ANDI)	38
Tableau n°10 : Les banques qui financent les investissements	44
Tableau n°11 : le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA (premier niveau)	44
Tableau n°12 : le montant de l'investissement varie entre 5.000.000 DA et 10.000.000DA	44
Tableau n°13 : Le montant d'investissement jusqu'à 5.000.000 DA (premier niveau)	44
Tableau n°14 : le montant d'investissement varie entre 5.000.000 DA et 10.000.000 DA (deuxième niveau)	44
Tableau n°15 : bonifications des taux d'intérêt du crédit bancaire	45
Tableau n°16 : Le financement des matières premières d'un projet dépassant pas 30 000DA	46
Tableau n°17 : Le financement mixte : cout du projet entre 50 000 à 100 000 DA.....	46
Tableau n°18 : Le financement triangulaire	46
Tableau n°19 : Lefinancement par la CNAC.....	47
Tableau n°20 : Répartition des ZEST de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	53
Tableau n°21 : ZEST de montagne de la Wilaya de Tizi-Ouzou	53
Tableau n°22 : Répartition des établissements hôteliers en activité par vocation et catégorie de classement (situation arrêtée au 28/05/2018).	54

Liste des tableaux et figures

Tableau n°23 : Projets d'investissements touristique en cours de réalisation (situation arrêtée au 18 /04/2018)	55
Tableau n°24 : nombre des projets soutenus par l'ANDI	64
Tableau n°25 : Nombre d'emplois enregistré par l'ANDI par secteur d'activité	67
Tableau n°26 : répartition des projets par mode de financement	72
Tableau n°27 : La répartition des projets de l'échantillon par commune	75
Tableau n°28 : La répartition des projets enquêtes selon la structure du capital.....	76
Tableau n°29 : les phases dans lesquelles les investisseurs sollicitent l'ANDI	77
Tableau n°30 : Nombre d'emplois déclarés et réalisés	78
Tableau n°31 : Rôle de l'ANDI.....	79

Liste des figures :

Figure n° 01 : L'évolution des arrivées touristiques internationales de 2005 à 2016 (en millions d'arrivées)	10
Figure n°2 : Le nombre des arrivées de touristes internationaux et les recettes du tourisme international	11
Figure n°03 : évolution des arrivées de touristes internationaux par pays de destination	12
Figure n°04 : Tourisme international dans la Balance des Paiements (BP) en milliard \$EU	25
Figure n°05 : les caractéristiques d'un projet	29
Figure n°6 : Carte de la wilaya de Tizi-Ouzou	51
Figure n°7 : Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activités 2009-2017	65
Figure n°8 : Evolution des projets touristiques au cours de la période 2009-2017	66
Figure n°9 : nombre d'emplois créé à travers l'ANDI dans le secteur touristique	68
Figure n°10 : Répartition des projets touristiques par type d'investissement	69
Figure n°11 : La répartition des projets touristique par nature	70
Figure n°12 : Répartition des projets par formes juridiques	71
Figure n°13 : La répartition des projets touristiques par daïra dans la wilaya de Tizi-Ouzou	72
Figure n°14 : La répartition des projets de l'échantillon selon leurs types activités	75

Annexe

Annexe 1



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/12/2009 AU 31/12/2009

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	0	0,00	0	0,00
BTHP	22	13,33	282	38,11
Industrie	8	4,85	106	14,32
Santé	0	0,00	0	0,00
Transport	126	76,36	324	43,78
Tourisme	0	0,00	0	0,00
Services	9	5,45	28	3,78
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	165	100	740	100



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2010 AU 31/12/2010

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	4	0,41	20	0,46
BTHP	159	16,37	1391	32,30
Industrie	44	4,53	610	14,17
Santé	5	0,51	77	1,79
Transport	689	70,96	1791	41,59
Tourisme	1	0,10	31	0,72
Services	68	7,00	386	8,96
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	970	100	4306	100



Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2011 AU 31/12/2011

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	2	0,20	8	0,14
BTHP	91	8,93	2256	40,86
Industrie	64	6,28	1062	19,24
Santé	4	0,39	51	0,92
Transport	800	78,51	1841	33,35
Tourisme	2	0,19	35	0,63
Services	55	5,40	268	4,85
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	1018	100	5521	100



Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2012 AU 31/12/2012

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	3	0,33	4	0,10
BTHP	100	10,87	1628	39,03
Industrie	51	5,54	880	21,10
Santé	3	0,33	18	0,43
Transport	678	73,70	1226	29,39
Tourisme	2	0,22	45	1,08
Services	83	9,02	370	8,87
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	920	100	4171	100



Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2013 AU 31/12/2013

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	8	0,88	48	0,84
BTHP	123	13,56	2167	37,91
Industrie	88	9,70	1923	33,64
Santé	3	0,33	27	0,47
Transport	594	65,49	1062	18,58
Tourisme	3	0,33	23	0,40
Services	88	9,70	466	8,15
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	907	100	5716	100



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2014 AU 31/12/2014

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	4	0,57	82	2,03
BTHP	103	14,65	1049	26,02
Industrie	82	11,66	1698	42,12
Santé	4	0,57	41	1,02
Transport	426	60,60	832	20,64
Tourisme	3	0,43	71	1,76
Services	81	11,52	258	6,40
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	703	100	4031	100



Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2015 AU 31/12/2015

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	4	0,81	31	0,79
BTHP	81	16,46	781	20,02
Industrie	85	17,28	1806	46,28
Santé	4	0,81	62	1,59
Transport	255	51,83	622	15,94
Tourisme	5	1,02	201	5,15
Services	56	11,38	399	10,23
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	490	100	3902	100



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2016 **AU** 31/12/2016

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	3	0,79	58	1,39
BTHP	55	14,51	757	18,18
Industrie	83	21,90	2112	50,71
Santé	2	0,53	113	2,71
Transport	176	46,44	525	12,61
Tourisme	10	2,64	273	6,55
Services	50	13,19	327	7,85
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	379	100	4165	100



Agence Nationale de Développement de l'Investissement

Guichet Unique Décentralisé de Tizi Ouzou

Répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité Regroupé

DU 01/01/2017 AU 31/12/2017

Secteur d'activité	Nbr-Projets	%	Nbr-Emplois	%
Agriculture	5	1,89	268	5,94
BTHP	45	17,05	386	8,55
Industrie	108	40,91	2614	57,92
Santé	8	3,03	209	4,63
Transport	63	23,86	148	3,28
Tourisme	19	7,20	745	16,51
Services	16	6,06	143	3,17
Hydrocarbures	0	0,00	0	0,00
Commerces	0	0,00	0	0,00
Télécommunications	0	0,00	0	0,00
TOTAL	264	100	4513	100

Annexe 2

N° D'ODRE	TYPE D'INVESTISSEMENT	FORME JURIDIQUE	ADRESSE DU SIEGE SOCIALE	COMMUNE DU SIEGE SOCIALE	WILAYA DU SIEGE SOCIALE	ADRESSE DE LA LOCALISATION	COMMUNE LOCALISATION	WILAYA LOCALISATION	ACTIVITE	Mode de financement
1	CRÉATION	E.I	ZET D'AZZEFOUN	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	ZET D'AZZEFOUN	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	COMPLEXE TOURISTIQUE	Mixte
2	CRÉATION	E.I	LIEU DIT CHREA	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	LIEU DIT CHREA	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	HOTEL BAR RESTAURANT	Mixte
3	CRÉATION	E.I	LOCAL N°001 REGADA ZAOUIA	SIDI NAAMANE	TIZI OUZOU	LOCAL N°001 REGADA ZAOUIA	SIDI NAAMANE	TIZI OUZOU	MOTEL	Mixte
4	CRÉATION	SARL	LOTISSEMENT AMYOUN LOT N°09B NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	LOTISSEMENT AMYOUN LOT N°09B NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Auto financement
5	CRÉATION	EURL	RUE DES FRERES SLIMANI	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	RUE DES FRERES SLIMANI	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	HOTELS	Mixte
6	CRÉATION	E.I	BOGHNI CENTRE	BOGHNI	TIZI OUZOU	BOGHNI CENTRE	BOGHNI	TIZI OUZOU	HOTEL, BAR, RESTAURANT	Mixte
7	CRÉATION	E.I	VILLAGE ICHETOUANENE	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	VILLAGE ICHETOUANENE	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
8	CRÉATION	E.I	M'LATTA	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	CAROUBIERS	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	COMPLEXE TOURISTIQUE	Auto financement
9	CRÉATION	SARL	LOCAL N°03 LOTISSEMENT LA BUTE LOT N°09 ANNAR AMELLEL	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	LOCAL N°03 LOTISSEMENT LA BUTE LOT N°09 ANNAR AMELLEL	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	HOTEL, BAR, RESTAURANT	Mixte
10	RÉHABILITATION - EXTENSION	SPA	TOUR 3 N° 97 & 98 NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	N° 01 RUE FRERES HAOUCHINE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	GESTION ET EXPLOITATION DES HOTELS ET DES AGENCES DE TOURISME ET DE VOYAGES	Financement Bancaire
11	RÉHABILITATION - EXTENSION	SPA	TOUR 3 N° 97 & 98 NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	N° 16 RUE LARBI BEN M'HIDI	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	GESTION ET EXPLOITATION DES HOTELS ET DES AGENCES DE TOURISME ET DE VOYAGES	Financement Bancaire
12	RÉHABILITATION - EXTENSION	SPA	TOUR 3 N° 97 & 98 NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	BENI YENNI	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	GESTION ET EXPLOITATION DES HOTELS ET DES AGENCES DE TOURISME ET DE VOYAGES	Financement Bancaire
13	CRÉATION	E.I	LIEU DIT ABOUDID	LARBAA NATH IRATHEN	TIZI OUZOU	LIEU DIT ABOUDID	LARBAA NATH IRATHEN	TIZI OUZOU	VILLAGES DE VACANCES	Mixte
14	CRÉATION	E.I	ILOT N° 80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	ILOT N° 80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	HOTELS DE TOURISME SANS RESTAURANT	Mixte
15	CRÉATION	E.I	ROCADE NORD BOUKHALFA	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	ROCADE NORD BOUKHALFA	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	MOTEL	Mixte
16	CRÉATION	SARL	LIEU DIT HAGA, ROUTE NATIONALE N°72, LOCAL N°01	TIGZIRT	TIZI OUZOU	LIEU DIT HAGA, ROUTE NATIONALE N°72, LOCAL N°01	TIGZIRT	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
17	CRÉATION	E.I	ILOT N°80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	ILOT N°80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
18	CRÉATION	E.I	THIBHIRT OUGLMIM SUR LA ROUTE NATIONALE N° 24 TERRITOIRE IGUERNASSA	IFLISSEN	TIZI OUZOU	THIBHIRT OUGLMIM SUR LA ROUTE NATIONALE N° 24 TERRITOIRE IGUERNASSA	IFLISSEN	TIZI OUZOU	VILLAGES DE VACANCES	Mixte

19	CRÉATION	E.I	LOCAL N° 01, REZ-DE- CHAUSSÉE, LOTISSEMENT SUD-OUEST	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	LOCAL N° 01, REZ-DE- CHAUSSÉE, LOTISSEMENT SUD-OUEST	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	ATTRACTIONS FORAINES	Auto financement
20	CRÉATION	E.I	ILOT N 10 SECTION N° 404 LIEU DIT BOUBHIR	SOUAMAA	TIZI OUZOU	ILOT N 10 SECTION N° 404 LIEU DIT BOUBHIR	SOUAMAA	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
21	EXTENSION	E.I	M'LATTA	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	M'LATTA	AZZEFOUN	TIZI OUZOU	COMPLEXE TOURISTIQUE	Mixte
22	CRÉATION	E.I	LIEU DIT ZONE D'ACTIVITE ABOUDID	LARBAA NATH IRATHEN	TIZI OUZOU	LIEU DIT ZONE D'ACTIVITE ABOUDID	LARBAA NATH IRATHEN	TIZI OUZOU	ACTIVITES THERMALES ET DE THALASSOTH ERAPIE	Mixte
23	CRÉATION	SARL	IFLISSEN	IFLISSEN	TIZI OUZOU	IFLISSEN	IFLISSEN	TIZI OUZOU	RELAIS ROUTIER	Mixte
24	CRÉATION	EURL	LOCAL N°04, RDC, IMMEUBLE OUCHIHA MOHAND AMOKRANE BEN AHMED CITE 18 BUNGALOWS TIGZIRT	TIGZIRT	TIZI OUZOU	LOCAL N°04, RDC, IMMEUBLE OUCHIHA MOHAND AMOKRANE BEN AHMED CITE 18 BUNGALOWS TIGZIRT	TIGZIRT	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Auto financement
25	CRÉATION	E.I	PARCELLES DE TERRAIN N°63, 30 ET N°36	DRAA EL MIZAN	TIZI OUZOU	PARCELLES DE TERRAIN N°63, 30 ET N°36	DRAA EL MIZAN	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	mixte
26	CRÉATION	E.I	RUE DES FRERES OUDAHMANE , NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	RUE DES FRERES OUDAHMANE , NOUVELLE VILLE	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
27	CRÉATION	SARL	LIEU DIT HAGA, ROUTE NATIONALE N°72 , LOCAL N°01	TIGZIRT	TIZI OUZOU	LIEU DIT HAGA ROUTE NATIONALE N°72 LOCAL N°01	TIGZIRT	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
28	CRÉATION	SARL	AGOUNI IFIGHOU VILLAGE EL AZAIEB	TIGZIRT	TIZI OUZOU	AGOUNI IFIGHOU VILLAGE EL AZAIEB	TIGZIRT	TIZI OUZOU	RESIDENCES TOURISTIQUE S	Mixte
29	CRÉATION	SARL	AGOUNI OUCHARKI	AGHRIB	TIZI OUZOU	AGOUNI OUCHARKI	AGHRIB	TIZI OUZOU	HOTEL	Mixte
30	EXTENSION	SARL	LOCAL N°01, LIEU DIT AMYIS	TIZI RACHED	TIZI OUZOU	LOCAL N°01, LIEU DIT AMYIS	TIZI RACHED	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Mixte
31	CRÉATION	E.I	LOCAL N°07 ,1 ER ETAGE LIEU DIT SOUK VILLAGE AGHRIBS	AGHRIB	TIZI OUZOU	LIEU DIT AGOUNI M'HALA	AGHRIB	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Mixte
32	CRÉATION	E.I	LIEU DIT AGOUNI OUCHARKI	AGHRIB	TIZI OUZOU	LIEU DIT AGOUNI OUCHARKI	AGHRIB	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Mixte
33	CRÉATION	E.I	PARCELLE DE TERRAIN N°244,VILLAG E TAKSEBT	IFLISSEN	TIZI OUZOU	PARCELLE DE TERRAIN N°244,VILLAG E TAKSEBT	IFLISSEN	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Mixte

34	EXTENSION	EURL	LOCAL N°01 SIS AU BORD DE LA ROUTE NATIONALE N°12 ENTRE CHAIB ET AZAZGA	MEKLA	TIZI OUZOU	LOCAL N°01 SIS AU BORD DE LA ROUTE NATIONALE N°12 ENTRE CHAIB ET AZAZGA	MEKLA	TIZI OUZOU	ENTREPRISE D'ATTRACTIO NS	Auto financement
35	CRÉATION	E.I	ALMA N°GURAMAN E VILLAGE TALVENT	ZEKRI	TIZI OUZOU	ALMA N°GURAMAN E VILLAGE TALVENT	ZEKRI	TIZI OUZOU	HOTEL AVEC RESTAURANT (TOURISTIQUE OU NON)	Mixte
36	EXTENSION	E.I	PARCELLE DE TERRAIN SISE HORS ZONE D'ACTIVITES SORTIE OUEST DE TIGZIRT	TIGZIRT	TIZI OUZOU	PARCELLE DE TERRAIN SISE HORS ZONE D'ACTIVITES SORTIE OUEST DE TIGZIRT	TIGZIRT	TIZI OUZOU	RESIDENCES TOURISTIQUES	Mixte
37	CREATION	E.I	VILLAGE ICHETOUANE NE	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	VILLAGE ICHETOUANE NE	BOUDJIMA	TIZI OUZOU	HOTELS	Mixte
38	EXTENSION	SARL	LOCAL N°03 RN N°30 KAF LEHMAR	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	RN N°30 KAF LEHMAR	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	MOTELS OU RELAIS	Mixte
39	CREATION	SARL	ROUTE NATIONALE N° 24	TIGZIRT	TIZI OUZOU	ROUTE NATIONALE N° 24	TIGZIRT	TIZI OUZOU	COMPLEXE TOURISTIQUE	Mixte
40	CREATION	E.I	LOCAL SIS AU LIEU DIT ASSIAKH VILLAGE AIT SAID	MIZRANA	TIZI OUZOU	LIEU DIT ASSIAKH VILLAGE AIT SAID	MIZRANA	TIZI OUZOU	AUBERGES	Mixte
41	CREATION	E.I	ILOT N°80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	ILOT N°80 SECTION 01 LIEU DIT BOUILLEF	IRDJEN	TIZI OUZOU	HOTELS	Mixte
42	CREATION	E.I	CHEMIN DE WILAYA N°02 LIEU DIT TASGA, BOUHINOUN	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	CHEMIN DE WILAYA N°02 LIEU DIT TASGA, BOUHINOUN	TIZI OUZOU	TIZI OUZOU	MOTELS OU RELAIS	Mixte
43	CREATION	E.I	SECTION 101ILOT 36 LIEU DIT ROUTE D'ALGER	DRAA EL MIZANE	TIZI OUZOU	SECTION 101ILOT 36 LIEU DIT ROUTE D'ALGER	DRAA EL MIZAN	TIZI OUZOU	HOTELS	Mixte
44	CREATION	SARL	VILLAGE AGUEMOUN	IFLISSEN	TIZI OUZOU	VILLAGE AGUEMOUN	IFLISSEN	TIZI OUZOU	MOTELS OU RELAIS	Mixte
45	CREATION	E.I	LIEU DIT TAMDA, SECTION 12, ILOT 43	OUAGUENOU N	TIZI OUZOU	LIEU DIT TAMDA, SECTION 12, ILOT 43	OUAGUENOU N	TIZI OUZOU	VILLAGES DE VACANCES	Mixte

Annexe 3

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou

Faculté Des Sciences Economiques, Commerciales et Science de Gestion

Département des Science Economique

Questionnaire adressé aux investisseurs dans le secteur touristique passant par l'ANDI

Ce questionnaire s'inscrit dans le cadre de la réalisation d'un mémoire de master portant sur *l'impact de l'Agence nationale de développement de l'Investissement de la wilaya de Tizi-Ouzou sur le développement de secteur touristique*. Ce questionnaire est anonyme et son but est exclusivement scientifique.

Nous vous remercions de bien vouloir consacrer un peu de votre temps pour répondre aux questions ci-après :

Identification de l'investisseur et son projet

Sexe : Homme ☐

Femme ☐

Age : 19-35 ☐

36-40 ☐

plus de 40 ☐

Niveau d'étude : primaire ☐

moyen ☐

secondaire ☐

universitaire ☐

Formation professionnelle :

Activité :

Date de création :

Commune de localisation :

Montant de l'investissement :

Apport personnel :

Forme juridique : Privé ☐

Etatique ☐

Mixte ☐

1. Est-ce que la création de votre entreprise est liée à votre formation professionnelle ?

☐ Oui

☐ Non

2. Pourquoi avez-vous choisie cette activité ?

- a. Localisation
- b. Expérience dans le domaine
- c. Conseil des proches
- d. Autre :.....

3. Quel est le nombre d'emplois prédéfini dans votre projet ?.....

4. Quel est le nombre de vos employés aujourd'hui ?.....

5. Quel sont les raison de recours à l'appui à la création ?

Raison financières ☐

Formation et conseil ☐

6. Dans quelle phase avez-vous sollicité l'ANDI ?

Création ☐

extension ☐

réhabilitations ☐

Autre ☐

7. Quel sont les avantages octroyé par l'ANDI ?.....

8. Quel est le rôle de l'ANDI ?

a. Es ce que l'ANDI vous pousse à investir dans ce secteur ?

- Oui. Pourquoi ?.....
- Non. Pourquoi ?.....

b. Sans l'ANDI, créer-vous votre projet ?

- Oui. Pourquoi ?.....
- Non. Pourquoi ?.....

c. Quelles sont vos difficultés actuelles ?

.....
.....

9. Est-ce que après la phase de la création il y'a eu un suivi de la part l'ANDI ?

.....

10. Qu'elles sont les points qui vous aurais aimé trouver dans l'ANDI et qui vous n'avez pas trouvé ?.....

Annexe 4

L'enquête sur les investisseurs dans le secteur touristique passant par l'ANDI

N°	Dénomination	Siege social	Forme juridique	Types	observation
1	Hôtel «ITTOURAR»	TIZI-OUZOU	SARL	Privé	Création le 07 /08/2003, La Mise en exploitation le 05/05/2012
2	Relais Routier «Le MISTRAL»	TIZI-OUZOU	SNC	Privé	Création en 2002, Mise en exploitation en 2005
3	Motel «SOLTANI»	SIDI NAAMANE	EI	Privé	Création en 2011, Mise en exploitation le 31 /07/2014
4	Hôtel «NEVER LAND RANCH»	SOUAMAA	EI	Privé	Création en 2014, Mise en exploitation le 26 /10/2017
5	Complexe touristique	AZZEFOUN	EI	Privé	Création en 2010, La Mise en exploitation 2013
6	Auberge «le BRACELET D'ARGENT»	BENI-YANNI	SPA	Etatique	Réhabilitation Le 01/08/2015, En cour de réalisation
7	Hôtel «BELLOUA»	TIZI-OUZOU	SPA	Etatique	Réhabilitation, En cour de réalisation, son Etat avancement 40%
8	Hôtel «LALLA KHADIDJA»	TIZI-OUZOU	SPA	Etatique	Réhabilitation, En cour de réalisation, son Etat avancement 40%
9	Hôtel «ATTOUR »	TIZI-OUZOU	EURL	Privé	Création en 2003, En cour de réalisation, Etat d'avancement 95%
10	Hôtel «TALVENT»	ZEKRI	EI	Privé	Création en 2008, mise en exploitation 2019

Source : réalise par nous même

Annexe 5

Liste des établissements hôteliers en activité de la wilaya de Tizi-Ouzou

N°	Établissements hôteliers	Nature Juridique	Catg	Type	Adresse	effectifs	Observation
01	Hôtel NEVER LAND RANCH	Privé	4*	Climatique	Boubhir Cne Souamaa Mekla Tizi-Ouzou.	12	
02	MIZRANA	Privé	3*	Balnéaire	Tigzirt Tizi-Ouzou	25	
03	THINIRI	Privé	3*	Climatique	RN 30 Boghni Tizi-Ouzou	25	
04	LES TROIS ROSES	Privé	3*	Urbain	Rue STITI Ali n°18 Tizi-Ouzou	31	Email : réservation hôtel -leconcorde.com
05	LES DEUX PALMIERS	Privé	3*	Urbain	RN 25 BP 16 15100 Draa Ben Khadda Tizi-Ouzou	22	Email : - reservation@les2palmiershotel.com -contact@les 2palmiershotel.com Site Web : www.les2palmiershotel.com
06	RELAIS ROUTIER LE MISTRAL	Privé	2*	Urbain	RN12 Boukhalifa entrée Ouest BP 272 poste CHIKH Amar Tizi-Ouzou	23	Email : contact@mistralmotel.com Site Web : www. mistralmotel.com
07	LES ARCADES	Privé	2*	Climatique	Ouadhias Tizi-Ouzou	10	
08	Hôtel « LE PONT DE BOUGIE »	Privé	2*	Urbain	27. PONT DE BOUGIE Tizi-Ouzou	59	Email : sarlsegueglamara@outloul.fr
09	MOTEL "SOLTANI"	Privé	2*	Urbain	RN 72 Zaouia C ^{ne} de Sidi Naamane Tizi-Ouzou	23	Email : motelsoltani@gmail.com
10	RELAIS ROUTIER « EL MERS »	Privé	1*	Climatique	Route nationale n°68Tizi-Gheniff Tizi-Ouzou	08	
11	SNC GUEDMIME ET CIE HOTEL RESTAURANT	Privé	1*	Balnéaire	11 Rue GHEZZAZ Amar TGZIRT Tizi-Ouzou	13	
12	HOTEL RESTAURANT ITTOURAR	Privé	1*	Urbain	Lots AMYOUN N°09 N.VILLE Tizi-Ouzou	23	
13	AURES	Privé	1*	Balnéaire	Rue Ahmed CHAFFAI Tigzirt Tizi-Ouzou	01	
14	HOTEL TOURISTIQUE DES FRERES HAMDAD	Privé	S.E	Urbain	84. Rue OUBOUZAR Cherif Tizi-Ouzou	03	
15	IZEM	Privé	S.E	Urbain	01,Bd Krim Belkacem Tizi-Ouzou	03	

16	Hôtel DE LA GARE	Privé	S.E	Urbain	Axe Nouveau Lycée ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	02	
17	ABZIM	Privé	S.E	Urbain	Rue ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	08	Email : multilivres@yahoo.fr
18	LE NUMIDE	Privé	S.E	Balnéaire	Rue Ahmed CHAFFAI Tiggirt Tizi-Ouzou	09	
19	MEUBLE DE TOURISME « LES DEUX FRERES »	Privé	C.U	Balnéaire	Azeffoun Tizi-Ouzou	03	
20	L'ORIENTAL	Privé	E.D.H	Urbain	19 Rue ABANE Ramdane Tizi-Ouzou	14	
21	OLYMPIA	Privé	E.D.H	Urbain	Rue ZIDANE Amar Tizi-Ouzou	04	
22	LE MARIN	Privé	N. C	Balnéaire	Azeffoun Tizi-Ouzou	27	Email : le marin@etrhb.com Site web : www.hotelsmarin.com
23	LE LITTORAL	Privé	N.C	Balnéaire	Azeffoun Tizi-Ouzou	15	Email : HOTELLELITTORAL@hotmail.com
24	AZEFFOUN BEACH	Privé	N.C	Balnéaire	Azeffoun Tizi-Ouzou	15	
25	LE DAUPHIN	Privé	N.C	Balnéaire	Route vers CEM Azeffoun Centre Tizi-Ouzou	06	
26	MARIN BIS	Privé	N.C	Balnéaire	AZEFFOUN Tizi-Ouzou	14	Site web :www.hotelsmarin.com
27	LE SOLITAIRE	Privé	N.C	Balnéaire	RN 24 IFLISSEN Tizi-Ouzou	06	
28	MOTEL « RELAIS VERT »	Privé	N.C	Urbain	RN 30 OUED AISSI Kaf Lahmar Tizi-Ouzou	13	
29	CHALET CLUB DAHBI	Privé	N.C	Balnéaire	Route du CEM ADMANE Arezki C ^{ne} et daïra d'Azeffoun Tizi-Ouzou.	04	
30	SARL HOTEL NORD EST	Privé	N.C	Urbain	Bd .Krim Belkacem N.Ville Tizi-Ouzou	08	
31	HOTEL RESTAURANT LES TROIS FRERES	Privé	3*	Balnéaire	Rue Ahmed CHAFFAI Tiggirt Tizi-Ouzou	13	
TOTAL :31							

Annexe 6

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE MINISTERE DE L'INDUSTRIE ET DES MINES

AGENCE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT -ANDI- GUICHET UNIQUE DECENTRALISE DE

DECLARATION D'INVESTISSEMENT

N° Date.....

I. IDENTIFICATION DE L'INVESTISSEUR

1. Entreprise Individuelle (personne physique) :

- Nom, Prénoms :
- Nationalité :

2. Personne Morale :

2.1 Dénomination :

2.2 Forme juridique : SARL ☐ SPA ☐
EURL ☐ SNC ☐ AUTRES ☐

2.3. Principaux Associés / Actionnaires :

- Nom, Prénom ou dénomination commerciale :
- Nationalité :
- Adresse :.....
- Nom, Prénom ou dénomination commerciale :
- Nationalité :
- Adresse :.....
- Nom, Prénom ou dénomination commerciale :
- Nationalité :
- Adresse :.....

3. Origine des capitaux : RESIDENTS ☒ NON RESIDENTS ☐ MIXTES ☐

4. Secteur juridique : PRIVE ☒ PUBLIC ☐ MIXTE ☐

5. N° de registre de commerce :

6. N° d'immatriculation fiscale :

7. Adresse du domicile fiscal :

II IDENTIFICATION DU REPRESENTANT LEGAL OU STATUTAIRE :

1. Nom et prénoms :
2. Date et lieu de Naissance :
3. Qualité :
4. Adresse personnelle :
5. Tél : Fax : E-mail.....

III HISTORIQUE :

- Avez-vous déjà bénéficié de(s) décision(s) d'octroi d'avantages : Oui¹ ☐ Non ☐
- Si oui, indiquer les numéros et les dates de décisions :
- Décision n°..... DU..... type d'investissement
- Décision n°.....DU type d'investissement
- Décision n°..... DU type d'investissement.....
- **Décision(s) de prorogation de délai éventuellement : n du.....**
- L'investissement projeté, existait-il sous une autre forme juridique avant sa déclaration au niveau de l'agence ? Oui ☐ Non ☒

IV TYPE D'INVESTISSEMENT:

- CREATION ☐

IMPORTANT : - La reprise d'une activité déjà existante sous une autre dénomination ou forme juridique même accompagnée d'un investissement complémentaire ne confère pas au projet le caractère de création.
La constitution de l'investissement à partir de biens déjà utilisés dans une activité existante ne confère pas également le caractère de création.

- EXTENSION ☐

IMPORTANT : - L'investissement d'extension vise exclusivement l'accroissement de capacités de production généré par l'acquisition de nouveaux moyens de production. L'acquisition d'équipements complémentaires annexes et connexes ne confère pas à l'investissement le caractère d'extension.

- REHABILITATION ☐

IMPORTANT : - la réhabilitation consiste en des opération d'acquisition de biens et de services destinés à palier l'obsolescence technologique ou l'usure temporelle des matériels et équipements existant ou à en accroître la productivité

- RESTRUCTURATION ☐

IMPORTANT : - La restructuration peut consister en la création d'une activité soit à partir de la fusion de deux ou de plusieurs activités, soit de la scission d'une activité avec création d'une ou de plusieurs autres, soit la simple modification du périmètre d'une activité avec ou sans essaimage .elle n'ouvre droit aux avantages que si elle est accompagnée d'un investissement

¹ Joindre copie de chaque décision

V NATURE ET CONSISTANCE DU PROJET

1. Domaine(s) et code(s) d'activité (s) :

.

.

Consistance du projet :

.

2. Lieu (x) d'implantation du projet :

.

4. Emplois directs prévus (en sus de ceux existants éventuellement) :.....

- Exécution :
- Maîtrise :
- Encadrement :

5. En cas d'extension, restructuration, réhabilitation :

- Emplois existants :.....
- Montant des investissements bruts figurant au dernier Bilan (en KDA):

6. Impact sur l'environnement (pollution, toxicité, nuisance) : précisé si le projet nécessite une étude d'impact sur l'environnement : Oui ☐ Non ☐

Si Oui, préciser les mesures envisagées pour la protection de l'environnement.

.....

.....

7. Durée de réalisation projetée (Nombre de mois) : . MOIS.....

8. STRUCTURE DE L'INVESTISSEMENT ELIGIBLE AUX AVANTAGES :

(en milliers de DA)	
Rubriques	Montant en KDA
Frais préliminaires	
Terrain	
Construction	
Equipements de production	
Services	
Total KDA	

9. COUT GLOBAL DE L'INVESTISSEMENT :

(en milliers de DA)

Désignation	Import KDA	Local KDA	Total KDA
Biens et services bénéficiant des avantages fiscaux			
Biens et services ne bénéficiant pas des avantages fiscaux			
Dont apports en nature			
Total (KDA)			

10. DONNEES FINANCIERES DU PROJET : (en milliers de DA) :

- Montant des apports en fonds propres (KDA) :

En devises² : dont en Nature³
En dinars⁴ dont en Nature⁵

- Emprunt bancaire (KDA) :

- Banque domiciliaire du projet:.....

- Subventions éventuelles (KDA) :

² Concerne les non résidents. Contre valeur exprimée en monnaie nationale

³ En monnaie nationale

⁴ En monnaie nationale

⁵ En monnaie nationale

● Je m'engage sous les peines de droits à :

- ne pas céder, jusqu'à amortissement total, le matériel acquis sous régime fiscal privilégié,
Ainsi que le matériel existant au sein de mon entreprise avant extension,
- a fournir, aux services fiscaux concernés, l'état annuel d'avancement du projet,
- à faire établir, par les services fiscaux concernés, le constat d'entrée en exploitation au plus tard à l'expiration de réalisation qui m'ont été consentis,
- à signaler à l'agence toutes modifications de tous éléments concernant mon investissement.

11- Le dépôt du dossier doit être effectué par l'investisseur lui-même ou toute personne le représentant sur la base d'une procuration

Je soussignée agissant pour le compte de en qualité **de**
..... atteste avoir pris connaissance des différentes dispositions ci dessus et
déclare, sous peines de droits, que les renseignements figurant sur la présente déclaration
d'investissement sont exacts et sincères.

Signature légalisée de l'investisseur

CADRE RESERVE A L'AGENCE

Nom et Prénom du Cadre d'Accueil :

.....
.....

Signature et Cachet:

.....

Annexe 7

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTERE DE L'INDUSTRIE ET DES MINES

AGENCE NATIONALE DE DEVELOPPEMENT DE L'INVESTISSEMENT

-ANDI-

GUICHET UNIQUE DECENTRALISE

DEMANDE D'AVANTAGES D'EXPLOITATION

DATE DE DEPOT

N°

I. IDENTIFICATION DE L'INVESTISSEUR

1. Entreprise Individuelle (personne physique) :

- Nom, Prénoms :

- Nationalité :

2. Personne Morale :

2.1 Dénomination :

2.2 Forme juridique :

SARL

☐

SPA

☐

EURL

☐

SNC

☐

AUTRES

☐

3. Origine des capitaux :

RESIDENTS

☐

NON RESIDENTS

☐

MIXTES

☐

4. Secteur juridique :

PRIVE

☐

PUBLIC

☐

MIXTE

☐

5. N° de registre de commerce :

6. N° d'immatriculation fiscale :

7. Adresse du domicile fiscal :

8. N° Employeur (sécurité sociale)

9. N° Tel FAX.....E-mail.....

- 10. Decision d'octroi des avantages de la phase de réalisation :

N°

Date d'effet :

Modifiée par décision N° du.....

Modifiée par décision N°.....du.....

Modifiée par décision N°.....du.....

Type d'investissement :

Création

☐

Extension

☐

Réhabilitation

☐

Restauration

☐

Activité :

Localisation de l'investissement:

Situation du projet : Totalement réalisé

☐

Partiellement réalisé

☐

Taux :.%

II. ETAT DES REALISATIONS

Désignation	Acquisitions locales KDA (en milliers de DA)	Acquisitions importées KDA (en milliers de DA)	Total KDA (en milliers de DA)
Terrains			
Constructions			
Biens et services éligibles aux avantages*	.		.
Biens et services non éligibles aux avantages*			
Total	.		.

* y compris apports en nature

III. STRUCTURE DE FINANCEMENT DE L'INVESTISSEMENT (KDA) :

Montant total des fonds propres . . KDA

Dont Apport en devises :

Apport en nature :

Montant des emprunts bancaires : KDA

IV. EMPLOIS CREES :

Nombre d'emplois créés :

Je soussigné, Mr Titulaire d'une Délivré le
..... agissant en qualité de Déclare, sous peines de
droits, que les informations fournies sont conformes à la réalité de mon investissement.

CADRE RESERVE A L'AGENCE

Nom et Prénom du Cadre d'Accueil :

.....
.....

Signature et Cachet:

.....

Signature légalisée de l'investisseur

Table des matières

Remerciements

Dédicaces

Sommaire

Liste des abréviations

Introduction générale 1

Chapitre I : Aperçu global sur le secteur touristique

Introduction 5

Section 1 : définition des concepts généraux..... 6

- 1. La notion du tourisme 6
 - 1.1. Définition du Touriste 6
 - 1.2. Définition du Tourisme 7
- 2. Les aspects du tourisme.....8
 - 2.1. L'aspect économique du tourisme.....8
 - 2.2. L'aspect sociologique du tourisme 8
 - 2.3. L'aspect environnemental du tourisme 8
- 3. La naissance du Tourisme 8
- 4. Le Tourisme aujourd'hui 9
- 5. Les types du tourisme 13

Section 2 : Les organismes chargés de tourisme 18

- 1. Les organisations mondiales de développement et de promotion touristiques.....18
 - 1.1. L'Organisation Mondial du Tourisme (OMT) 18
 - 1.2. Le Programme des Nations Unies pour le développement (PNUD) 18
 - 1.3. Le Programme des Nations Unies pour l'environnement(PNUE) 19
 - 1.4. Le conseil Mondial du tourisme et des voyages 19
 - 1.5. Le comité de tourisme de l'organisation de coopération et de développement économique 19
- 2. L'organisation du secteur du tourisme en Algérie 20
 - 2.1. Le Ministère de l'aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat (M.A.T.T.A) 20
 - 2.2. L'Office national du tourisme (O.N.T) 20
 - 2.3. L'Agence nationale de développement touristique (A.N.D.T) 20
 - 2.4. Les établissements de formation 21

Table des matières

2.5. Les associations touristiques	21
2.6. Les directions de tourisme au niveau des wilayas	22
Section3 : L'importance du secteur touristique dans l'économie	22
1. Le tourisme et la consommation	22
2. Le tourisme et l'emploi	23
2.1. Les emplois directs	23
2.2. Les emplois indirects	23
2.3. Les emplois induits	24
3. Le tourisme et l'investissement	24
4. Le tourisme et la balance des paiements	25
Conclusion	27
Chapitre II:Le poids de l'investissement dans le secteur touristique en Algérie	
Introduction	28
Section 01 : Les projets touristiques	29
1. définition d'un projet touristique	29
1.1. Un projet	29
1.2. Projet touristique	30
2. Les types de projet touristiques	30
2. Les étapes de la réalisation d'un projet touristique	32
2.1. Phase d'opportunité	33
2.2. Phase de faisabilité	33
3.3. Phase de lancement	33
4. La législation touristique en Algérie	33
4.1. Activité Hôtelière	33
4.1.1. Etablissements hôteliers	33
4.1.2. Classement des établissements hôteliers	34
4.1.3. Commission d'étude des plans de projets hôteliers.....	34
4.1.4. Agrément du gérant d'établissement hôtelier	34
4.2. Règles de construction et d'aménagement	34
4.2.1. Application du taux réduit de droits de douane	34
4.3. Activité des Agences de Tourisme et de Voyages	35
4.4. Exploitation des eaux thermales.....	35

4.5. Exploitation des terrains de campings	35
4.6. Exploitation touristique des plages	36
4.7. Zones d'expansion et sites touristiques	36
Section 2 : Les organismes intervenant dans la réalisation d'un projet	36
1. Présentation des dispositifs d'aide à la création de projet et leurs missions	36
1.1. L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ)	37
1.2. Présentation de l'Agence Nationale de Gestion du Micro crédit ANGEM.....	37
1.3. Présentation de la Caisse national d'assurance chômage (CNAC)	37
1.4. L'Agence Nationale développement des investissements (ANDI)	38
1.5. Les conditions, missions et leurs partenaires.....	38
2. Les banques.....	41
3. Les établissements financiers	42
Section 3 : L'impacts des avantages qu'offrent les organismes sur l'investissement touristique en Algérie.....	43
1. Les avantages que l'offrent par les banque.....	43
2. Les avantages offerts par les différents dispositifs (L'ANSEJ, L'ANGEM et LA CNAC)	43
2.1. Les avantages para fiscaux	43
2.2. Les avantages fiscaux	47
3. L'impact des avantages sur l'investissement touristique	48
Conclusion	49
Chapitre III : La contribution de l'ANDI dans l'investissement touristique dans la Wilaya de Tizi-Ouzou	
Introduction	50
Section 1 :présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	51
1.Présentation géographique.....	51
2. les potentialités touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou	51
2.1. Potentialités naturelles	52
2.2. Potentialités culturelles.....	54
2.3. Potentialités artisanales	54
3. Les établissements hôteliers	54
4. Projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou	55

Section 02 : le guichet unique décentralisé de la wilaya de Tizi-Ouzou..... 58

1. La présentation guichet unique décentralisé du Tizi-Ouzou	58
2. Composition du guichet.....	59
2.1. Le centre de gestion des avantages	59
2.2. Le centre d'accomplissement des formalités	59
2.3. Le centre de soutien à la création des entreprises	60
2.4. Le centre de promotion territoriale.....	60
3. Les avantages dédiés à l'investissement.....	60
3.1. Communs aux investissements éligibles	60
3.1.1. Projets réalisés dans le Nord	60
3.1.1.1. La phase de réalisation	60
3.1.1.2. Phase d'exploitation	61
3.1.2. Projets réalisés dans le sud, les HAUTS PLATEAUX	61
3.1.2.1. Phase de réalisation	61
3.1.2.2. Phase d'exploitation	62
3.2. Supplémentaires au profit des activités privilégiées	62
3.3. Exceptionnels investissement présentant un intérêt particulier pour l'économie nationale	62
3.3.1. Phase de réalisation	62
3.3.2. Phase d'exploitation	62
4. Principales étapes pour lancer un projet d'investissement	63
4.1 .Déclaration d'investissement.....	63
4.2. Demande d'avantages.....	63

Section 3 : l'impact de l'investissement touristique sur l'expansion de secteur touristique 64

1. Résultats de l'enquête auprès du dispositif de l'ANDI	64
1.1. L'évolution des projets soutenus par l'ANDI par secteurs activité 2009-2017	64
1.2. La répartition des projets d'investissement déclarés par secteur d'activité.....	65
1.3. L'évolution des projets touristiques soutenus par l'ANDI, 2009-2017	66
1.4. Le nombre d'emplois déclarés par secteurs d'activités 2009-2017	67
1.5. Le nombre d'emplois déclaré dans le secteur touristique 2009-2017	67
1.6. La répartition des projets touristiques par type d'investissement	68
1.7. La répartition des projets touristiques par nature de projet	70

Table des matières

1.8. La répartition des projets touristiques par formes juridiques	71
1.9. La répartition des projets touristiques par mode de financement	72
1.10. La localisation des projets touristiques	72
2. Analyse des résultats de l'enquête par questionnaire	73
2.1. Identification de l'investisseur	74
2.1.1. Répartition des investisseurs par sexe	74
2.1.2. L'âge des investisseurs	74
2.1.3. Niveau d'étude et formation professionnelle	74
2.2. Identification du projet	74
2.2.1. Commune de localisation des projets enquêtés	75
2.2.2. La répartition des projets de l'échantillon selon leurs types activités	75
2.2.3. Date de création des projets enquêtés	76
2.2.4. La répartition des projets de l'échantillon selon la structure du capital	76
2.3. Opinion sur l'accompagnement du projet.....	76
2.3.1. L'origine de l'aidée du projet.....	77
2.3.2. Les détermination du choix du secteur d'activité.....	77
2.3.3. Les raisons du recours des investisseurs à l'appui	77
2.3.4. La phase dans laquelle l'ANDI est sollicitée	77
2.3.5. Les avantages octroyés par l'ANDI	78
2.4. Création d'emplois	78
2.4.1. Nombre d'emplois déclarés et réalisés	78
2.4.2. Rôle de l'ANDI	79
2.4.3. Le suivi de la part de l'ANDI	80
2.4.4. Les difficultés rencontrées par les investisseurs	80
Conclusion	81
Conclusion générale	82
Bibliographie	
Liste des tableaux et figures	
Annexes	
Table des matières	

Résumé :

Aujourd'hui le tourisme ne cesse de jouer un rôle de plus en plus 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. Parmi ces dispositifs figure l'ANDI qui est conçu comme outil de développement.

Le secteur touristique au niveau de la région de Tizi-Ouzou a connu un essor remarquable, notamment en termes de création de projets touristiques, et plus précisément la création des projets touristique à travers le dispositif de l'ANDI qui reste un sujet d'actualité pour le fondement de l'activité touristique ainsi quel fondement de l'activité touristique ainsi que le fondement de l'activité touristique ainsi que différents raison. Ce travail, après un bref survol sur le fondement de l'activité touristique ainsi que l'intérêt accordé par les pouvoirs publics à la promotion de cette dynamique l'investissement à présente une étude de dispositif de l'ANDI qu'on a pu réaliser grâce aux données obtenues auprès de l'antenne de Tizi-Ouzou, suivi d'une évaluation qui nous permettra d'analyser la contribution de ce dispositif au développement de l'investissement touristique dans cette wilaya.

Mots clés : Tourisme, création, projets touristiques, investissement touristique.

Summary :

Today tourism is playing an increasingly important role in economic growth, and this role has pushed public authorities to promote tourism investment through various institutions and devices. The latter are responsible for making it easier for project owners to invest. Among these devices is ANDI which is designed as a development tool.

The tourism sector in the Tizi-Ouzou region has experienced remarkable growth, particularly in terms of the creation of tourism projects, and more specifically the creation of tourism projects through the ANDI device which remains a hot topic. for the foundation of the tourist activity as well as what basis of the tourist activity as well as the foundation of the tourist activity as well as different reason. This work, after a brief overview on the base of the tourist activity as well as the interest granted by the public authorities to promote this dynamic investment to. presents a study of the ANDI device that was made thanks to the data obtained from the Tizi-Ouzou branch, followed by an evaluation that will allow us to analyze the contribution of this device to the development of the tourist investment in this wilaya.

Keywords : Tourism, creation, tourism projects, tourism investment.