

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE  
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT ET DE LA RECHERCHE  
SCIENTIFIQUE



UNIVERITE MOULoud MAAMERI DE TIZI-OUZOU

FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES,  
COMMERCIALES ET DE GESTION

DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES



Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du Diplôme Master 2 Marketing  
Hôtelier et Touristique

**Thème :**

L'analyse de l'attractivité Touristique d'une station  
balnéaire ; cas d'Azeffoun

**Présenté par :**

- AOUINE Meriem
- HADJIMI Ania

**Encadré par :**

- Dr HADJOU Lamara

**Jury de soutenance :**

- Mr LHADJMOHEND.M
- Mr MOUZAOUI.Z
- Mr OUNOUH.A

Promotion : 2017- 2018

# Remerciement

Nous tenons tout d'abord à remercier Dieu le tout puissant et miséricordieux, qui nous a donné la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

En second lieu, nous tenons à exprimer notre gratitude ainsi que notre profond respect et remerciements les plus sincères à :

- Notre promoteur et responsable du Master Mr HADJOU Lamara.
- Tous les enseignants de la première promotion du Master Marketing Hôtelier et Touristique 2016 – 2017.
- Aux membres du jury pour l'intérêt qu'ils ont portés à notre recherche en acceptant d'examiner notre travail et de l'enrichir par leurs propositions.

Enfin nous tenons également à remercier toutes les personnes qui ont participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail :

- Secrétaire général de la daïra d'Azeffoun Mr OUARDI Ali
- Secrétaire général de la commune d'Ait Chaffa MILOUDI Saadi
- Tout le personnel de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat de Tizi-Ouzou.

*Ania et Meriem*



# Dédicaces

## *Je dédie ce mémoire de fin d'étude :*

À ceux qui m'ont indiqué la bonne voie en me rappelons que la volonté fait toujours preuve de réussite.

À ceux qui ont attendu avec patience les fruits de leur bonne éducation.

## *À mes parents*

Je remercie ma famille et en particulier mes soeurs et mon seul et unique frère.

Dédicace à mon neveu AMIR/ Zakaria.

À mes cousins en particulier : Lyes et Lydia.

Je remercie tous mes plus proches ami(e)s en particulier : Radia, Djohra, Sihem, Houria Souad et Chahinez.

À tous mes camarades MHT en particulier :

Bennour.H, Madjene.S, Belgasemia.S, ainsi que Mokrani.L

À ma binôme, ma chère, ma soeur de coeur Meriem : je ne saurai assez te remercier pour tous ce que tu as pu faire pour moi, trouve ici ma profonde gratitude. À d'autres succès.



Ania

# Dédicaces

## *Je dédie ce mémoire de fin d'étude :*

À ceux qui m'ont indiqué la bonne voie en me rappelons que la volonté fait toujours preuve de réussite.

À ceux qui ont attendu avec patience les fruits de leur bonne éducation.

## *À mes parents*

Je remercie ma famille et en particulier mes frères : Tahar, walid et le petit Mohammed  
Dédicace à mes petits cousins Sifax et Jigou et la meilleure des cousine : Chahinez

Je remercie tous mes plus proches ami(e)s en particulier : Radia, Sihem, Houria, Souad et Chahinez.

À tous mes camarades MHT en particulier :,  
Madjene.S, Belgasemia.S, Bennour.H ainsi que Mokrani.L

À ma binôme, ma chère, ma soeur de coeur  
Ania: je ne saurai assez te remercier pour tous ce que tu as pu faire pour moi, trouve ici ma profonde gratitude. À d'autres succès.



*Meriem*

## **Résumé :**

A travers les décennies, le tourisme a connu une progression continue tout en se diversifiant, jusqu'à devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde.

De nos jours, le secteur touristique est au sommet voire même il dépasse les autres secteurs « industrie pétrolière », cela n'est malheureusement pas atteint en Algérie, où il est encore dans un état embryonnaire.

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

La wilaya de Tizi-Ouzou fait l'exception du reste du pays étant considéré l'un des pôles touristiques d'excellence, celle-ci recèle d'énormes potentialités touristiques qui la place en bonne position pour amorcer un tourisme à la fois quantitatif, qualitatif et attractif notamment à travers ses montagnes, son patrimoine historique, sa culture, son artisanat et son littoral.

L'objectif de cette recherche est, alors, d'analyser la touristicité de la station balnéaire d'Azefoun, afin de démontrer si la région est attractive. Cette démarche est concrétisée par une analyse de deux villes étrangères à savoir Sousse et Barcelone, ce qui a abouti à un listing de facteurs contribuant à leurs réussites. Cette analyse nous a servi d'appui dans notre démarche qui a été consolidée par l'élaboration d'une analyse SWOT.

**Mots clés :** Tourisme balnéaire, Flux touristique, Attractivité touristique, Attraction, SWOT.

## **Abstract :**

Throughout the decades, tourism has grown steadily and diversified to one of the fastest growing economic sectors in the world.

Today, the tourism sector is at the top or even beyond the other sectors "oil industry", this is unfortunately not achieved in Algeria, where it is still in an embryonic state. Indeed, with undeniable and diversified tourist assets, hence the possibility of becoming a most favored tourist destination, Algeria must be part of this sector which is no longer a choice but rather an imperative to participate in development of other sectors.

The wilaya of Tizi-Ouzou is the exception of the rest of the country is considered one of the tourist poles of excellence, it has enormous potential tourism that places it in a good position to start a tourism both quantitative, qualitative and attractive especially through its mountains, its historical heritage, its culture, its crafts and its coastline.

The objective of this research is, then, to analyze the touristicity of the seaside resort of Azeffoun, to demonstrate if the region is attractive. This approach is concretized by an analysis of two foreign cities namely Sousse and Barcelona, which resulted in a listing of factors contributing to their success. This analysis served us as support in our approach which was consolidated by the development of a SWOT analysis.

**Key words:** Seaside tourism, Tourist flow, Tourism attractiveness, Attraction, SWOT.

## تلخيص :

على مر العقود ، نمت السياحة بشكل مطرد وتنوعت إلى واحد من أسرع القطاعات الاقتصادية نمواً في العالم.

اليوم ، قطاع السياحة هو أحد "صناعة النفط" ، وهذا للأسف لم يتحقق في الجزائر ، حيث لا يزال في حالة جنينية.

في الواقع ، مع الأصول السياحية التي لا يمكن إنكارها والمتنوعة ، وبالتالي إمكانية أن تصبح أكثر من وجهة سياحية.

ولاية تيزي وزو هي استثناء من بقية البلاد التي تعتبر واحدة من أقطاب السياح المتميزين ، فهي تتمتع بسياحة هائلة محتملة تجعلها في وضع جيد لبدء السياحة على حد سواء ، النوعية والجاذبة الجبال وتراثها التاريخي وثقافتها وحرفها وساحلها.

الهدف من هذا البحث هو تحليل الطابع السياحي لمنجع أزفون الساحلي لبيان ما إذا كانت المنطقة جاذبة. سوسة وبرشلونة ، والتي أسفرت عن قائمة من العوامل التي تسهم في نجاحها. وقد تم تطوير هذا التحليل من خلال تطوير تحليل SWOT.

**الكلمات المفتاحية:** سياحة ساحلية ، تدفق سياحي ، جاذبية سياحية ، جاذبية ، SWOT

## **Plan:**

### **Introduction générale**

### **Chapitre N°1 : cadre conceptuel de l'attractivité touristique**

#### **Introduction**

#### **I. Présentation des concepts de base :**

1. Définitions des concepts,
2. La relation entre les concepts.

#### **II. L'évaluation de l'attractivité d'un territoire :**

1. Comment évaluer la dimension attractive d'un territoire,
2. Critères d'évaluation de l'attractivité touristique.

#### **III. l'attractivité touristique en particulier :**

1. Les attributs majeurs de l'attractivité touristique.

#### **IV. Facteurs de l'attractivité touristique :**

1. Les facteurs environnementaux,
2. Les facteurs organiques,
3. Les facteurs économiques et infrastructurels.

#### **V. Les indicateurs de mesure de l'attractivité touristique :**

1. Mesures quantitatives,
2. Mesures qualitatives.

#### **VI. Exemples des stations balnéaires les plus attractives :**

1. Classement des stations balnéaires,
2. Panorama des stations balnéaires.

#### **Conclusion**

## **Chapitre N°2 : le tourisme balnéaire**

### **Introduction**

#### **I. La notion du tourisme balnéaire :**

1. Définitions de concepts de base,
2. La naissance du tourisme balnéaire,
3. L'aménagement touristique balnéaire,
4. Les offres du tourisme balnéaire.

#### **II. Le tourisme balnéaire en Algérie :**

1. Quelques facettes du pays,
2. Le littoral algérien,
3. Les agrégats du tourisme balnéaire.

#### **III. Les stations balnéaires :**

1. Notion de station balnéaire,
2. Les infrastructures touristiques.

#### **IV. Analyse de la clientèle du tourisme balnéaire :**

1. Le comportement touristique,
2. Les spécificités du comportement du touriste,
3. Les motivations à la consommation des touristes balnéaire.

#### **V. Les acteurs intervenants dans le tourisme balnéaire :**

1. Les intervenants directs,
2. Les intervenants indirects.

#### **VI. Exemples des villes les plus attractives :**

1. La ville de Sousse (Tunisie),
2. La ville de Barcelone (Espagne).

### **Conclusion**

## **Chapitre N°3: étude de cas : la station balnéaire d'Azeffoun**

### **Introduction**

#### **I. Présentation d'Azeffoun :**

1. Présentation d'Azeffoun,
2. Données physique et Administratives,
3. Analyse du milieu physique,
4. la population,
5. les différents secteurs d'activités.

#### **II. Les potentialités touristiques d'Azeffoun :**

1. Historique,
2. Culturelle,
3. Balnéaire.

#### **III. L'analyse de l'offre :**

1. Capacité d'hébergement,
2. Restauration,
3. Transport,
4. Alimentation en eau.
5. Les infrastructures sanitaires classiques

#### **IV. L'analyse de la demande :**

1. Analyse quantitative,
2. Analyse qualitative.

#### **V. Analyse de l'attractivité à travers les statistiques recueillies :**

1. Evaluation de l'attractivité touristique,
2. Mesure de l'attractivité touristique selon les indices de mesures,

3. Analyse selon les entretiens.

## **VI. L'analyse SWOT :**

1. Forces,

2. Faiblesses,

3. Opportunités,

4. Menaces.

## **Conclusion**

### **Conclusion générale**

## Introduction générale:

Le tourisme est une activité ancienne, qui a pris au XXe siècle une dimension planétaire. Il constitue désormais un secteur économique fondamental dans de nombreux pays développés comme dans des pays en développement, qui en font un facteur essentiel de leur développement.

Nul ne peut ignorer de nos jours, le rôle capital que le tourisme peut jouer en tant que secteur moteur de développement économique et social des pays. Ce secteur est la principale source de créations d'emplois dans un grand nombre de pays. Non seulement dans l'industrie touristique elle-même mais aussi, par effets d'entraînement, dans d'autres secteurs.

(GOURIJA, S. 2007)

D'une superficie de près de 2,5 million de kilomètres carrés, l'Algérie est le plus grand pays d'Afrique en termes de superficie et le 9ème pays mondialement (Le Quotidien d'Algérie, 2011). Il occupe une position géographique centrale entre l'Afrique et l'Europe, dotée d'atouts touristiques incontestables et diversifiés. En effet, « *L'Algérie terre multiple, africaine, méditerranéenne et orientale offre une tri-loge de paysage : la mer, la montagne, le désert.* » (N. Widmann, Méditerranée, 1976, p24). Située avantageusement au bord de la mer méditerranéenne avec un littoral s'étendant sur plus de 1.200 kilomètres, constituée également d'une multitude de formes et de reliefs composées d'un ensemble de chaînes montagneuses, côtières et de plaines de Tell et une suite de Hauts-plateaux (entre l'Atlas tellien et l'Atlas saharien). Ainsi, il « ... *est désormais une destination à part-entière* » cette déclaration est faite à Paris par madame Annette Masson, président du salon mondial du tourisme en mars 2008.

La wilaya de Tizi-Ouzou étant considéré l'un des pôles touristiques d'excellence du pays, celle-ci recèle d'énormes potentialités touristiques qui la place en bonne position pour amorcer un tourisme à la fois quantitatif, qualitatif et attractif notamment à travers ses montagnes, son patrimoine historique, sa culture, son artisanat et son littoral par ses huit plages autorisées à la baignade enregistrent chaque saison estivale un afflux record d'estivants. Week-end ou jour de semaine, la ruée vers la mer est la même. On y vient de partout pour quelques moments d'évasion sur les beaux rivages de cette partie de la Méditerranée, loin du bruit des grandes villes.

Plus de 50 Km de côte Tizirt à Aït-Chafa en passant par Iflissen et Azeffoun dans environ la moitié est pour la Daïra d'Azeffoun dont l'étude qui y menée consiste à analyser l'attractivité touristique.

### **I.1. NOTRE PROBLEMATIQUE S'ARTICULE AUTOUR DE LA QUESTION PRINCIPALE SUIVANTE :**

La situation alarmante du tourisme en Algérie ouvre l'œil sur la nécessité d'améliorer ce secteur et d'exploiter les diverses potentialités du pays, et de s'interroger sur les moyens d'attraction qui permettent une meilleure attractivité touristique, comparativement aux autres régions du pays : comment peut-on évaluer la touristicté de la station balnéaire d'Azeffoun ?

### **I.2. CHOIX DU THÈME :**

Le tourisme s'agit d'un thème de grande actualité, natives de la région et voulons apporter notre contribution au développement du tourisme balnéaire de la région, nous avons choisi d'analyser son attractivité.

### **I.3. OBJECTIFS :**

L'objectif principale de notre recherche est d'analyser la touristicté de la station balnéaire d'Azeffoun , afin de démontrer si la région est attractive, ce qui se traduit par une transformation de ses potentialités en produits touristiques de qualités capables d'attirer et de séduire un flux touristique de masse, permanent, local et étrangers, à l'instar de ses voisins.

**Nous essayerons de répondre à cette problématique en organisant l'analyse en trois chapitres :**

- le premier, consiste à donner quelques définitions des concepts jugés préliminaires ayant une relation de l'attractivité d'une destination, ses critères d'évaluation ainsi que

ses mesures et enfin présenter quelques Stations balnéaire devenue meilleure au monde.

- Dans le second chapitre : nous nous sommes basés sur le tourisme balnéaire de par sa naissance, son évolution, les principaux agrégats du tourisme balnéaires en Algérie ainsi que les stations balnéaire et les équipements touristiques correspondants.
- le dernier chapitre traitera une présentation de notre terrain d'étude (la daïra d'Azeffoun sur lequel nous avons mené différentes enquêtes afin d'arriver à nos conclusions.

#### **I.4. MÉTHODOLOGIE :**

Une double démarche sera utilisée : conceptuelle et empirique

- Dans les deux premiers chapitres nous allons utiliser la démarche conceptuelle qui est bâti sur une exploitation de la littérature sur le sujet, en s'appuyant essentiellement sur les travaux qui analysent différemment les concepts relatifs à notre thème de recherche à savoir le tourisme, le tourisme balnéaire et l'attractivité touristique tout en utilisant les ouvrages, les thèses, et les articles disponible.
- Dans le dernier chapitre, nous allons utiliser l'approche empirique qui s'appuiera sur une analyse de l'état de l'activité touristique au niveau d'Azeffoun à travers des enquêtes auprès des responsables locaux, des gérants des établissements touristiques, la clientèle touristique et élaboration de quelques indices de mesure.

## CHAPITRE 1 : Approche conceptuel de l'attractivité touristique

### Introduction :

Avec la mondialisation, la demande touristique a connu de fortes mutations, les touristes tenant de plus en plus, par le voyage, à se distinguer, à faire montrer d'originalité voire d'engagement. Le choix des produits est ainsi devenu très vaste et le spectre des destinations sans cesse plus ouvert. Mis à part les obstacles à la mobilité liés à la distance, aux formalités administratives (visas), aux facteurs géopolitiques (terrorisme, crises politiques) et sanitaires (vaccins, épidémies), les perspectives de développement du tourisme semblent quasi-illimitées. Cette nouvelle donnée impose aux destinations et aux territoires une sérieuse remise en cause. Pour s'en convaincre, il suffit d'un côté de regarder combien le Maroc ou la Turquie peinent à sortir du cercle vicieux des vacances à bas prix. De l'autre côté, la mise en tourisme des pays en transition (Chine, Europe de l'Est) sur des niches rémunératrices (Tourisme d'affaires, Thermalisme), montre que ces pays peuvent entrer en concurrence frontale avec les pays occidentaux. Œuvrer à la visibilité et à la lisibilité des destinations touristiques semble donc être l'enjeu de toute politique d'attractivité.

Dans ce premier chapitre nous avons jugé utile de traiter un concept de notre thématique qui est l'attractivité touristique où nous allons essayer de donner sa définition ainsi que les définitions des différents concepts qui lui sont liés, afin de bien comprendre ce concept nous allons également essayer de l'étudier, à travers plusieurs approches.

## II.1. PRESENTATION DES CONCEPTS DE BASE :

### II.1.A. DEFINITIONS DES CONCEPTS :

#### a. Produit Touristique :

« Le produit est un assortiment d'activités, de services et de bénéfices qui constitue l'expérience touristique dans sa globalité. Par ailleurs, c'est aussi l'offre à l'échelle d'une entreprise touristique. » (Rapportés dans Smith, 1994)

#### b. Attrait Touristique :

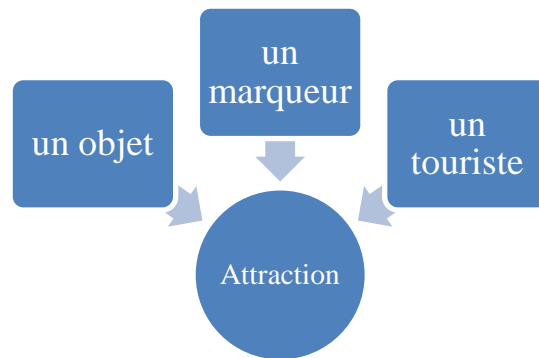
L'attrait n'existe pas spécifiquement pour le touriste. Par exemple, un paysage ou une production culturelle locale sont des éléments qui peuvent rendre une ville ou une région attrayante sans pour autant que ces attraits existent à des fins spécifiquement touristiques.

Les attraits sont les ressources naturelles et culturelles, présentes sur le territoire, qui ont le potentiel de contribuer au produit touristique. Ces attraits peuvent servir de toile de fond lors d'un voyage (paysages, coutumes locales, etc.) ou avoir été mis en valeur par des entrepreneurs pour les rendre accessibles aux touristes. À ce moment-là, les attraits servent de base aux attractions. Lew. A, (1987)

#### c. Attraction Touristique :

Selon certains classiques<sup>2</sup>, « une attraction serait tout élément, tangible ou intangible, qui, à partir d'une mise en valeur appropriée de ressources naturelles ou culturelles, aurait la capacité d'attirer un touriste. » L'attraction est composée de trois éléments :

- Un objet (un noyau ou un événement),
- Un marqueur (un acte de promotion ou de mise en valeur dudit objet),
- Un touriste (susceptible d'être attiré par l'objet en question).



**Schéma N°1** : les éléments composants une attraction touristique

#### d. Potentiel Touristique :

Le Petit Robert (1989) définit le « potentiel » de la façon suivante: « qui exprime une possibilité » (p. 1495). Ainsi, lorsqu'il est question du potentiel touristique, il s'agit de la combinaison entre la possibilité qu'ont les ressources (naturels ou artificiels) d'attirer les touristes sur place et la possibilité qu'elles ont de leur faire vivre une expérience touristique.

#### e. Attractivité Touristique :

Dans un contexte mondial où les territoires sont en concurrence les uns avec les autres, la notion d'attractivité demeure un objectif majeur. Elle est employée dans plusieurs domaines (économie, marketing, géographie, tourisme, sociologie, etc...) Alors elle recouvre des définitions multiples et variées :

Dans le domaine du tourisme, « L'attractivité est définie comme étant «la capacité d'une destination à attirer des flux touristiques vers elle. » (Viceriat, Patrick et al, 2007, p58)

**D'une manière générale « l'attractivité » renvoie à la capacité d'attirer et de capturer par l'effet de l'exercice d'une force qui est « l'attraction ».**

## II.1.B. La relation entre les concepts :

### a. Attrait, Attraction :

Après avoir définie l'attraction et l'attrait selon Lew. A, (1987), Mac Cannell (1979) et Leiper (1990) dans le cadre d'une recherche menée sur le développement touristique régional selon une autre recherche dans le même but menée par Galarnau (2015) en se référant à kusen (2010) qui devise l'attraction en deux catégories, les attractions naturelles et est les attractions artificielles :

**Les attractions naturelles** : comme leurs noms l'indiquent c'est tout ce que appartient à la nature et non pas été créés par l'homme, contrairement à celles-ci les **attractions artificielles** : c'est tout ce qui est produit par l'homme.

À ce moment-là, nous constatons que les attrait font partie de l'attraction, surtout cette dernière, afin d'assurer l'attractivité, ne se base pas seulement sur ces attrait (ressources naturelles et culturelles) mais aussi sur d'autres éléments artificiels créés par l'homme.

### b. Attraction, Attractivité :

Après avoir défini l'attractivité qui est la capacité d'attirer et de capter par L'effet de l'exercice d'une force qui est « l'attraction».

Donc l'attraction serait, tout élément tangible ou intangible, qui à partir d'une mise en valeur appropriée des ressources, auraient la capacité d'attirer un touriste.

On déduit donc que les termes « attraction » et « attractivité » sont liés l'un à l'autre et employés d'une manière indissociable de façon que nous ne pouvons pas obtenir une attractivité sans utiliser l'attraction.

### c. Attractivité, potentiel :

Toutefois, il existe des différences notables entre le concept de potentiel touristique et celui d'attractivité touristique, L'une de ces différences est apparente au niveau du degré

**d'abstraction** des deux concepts. Tout d'abord, le concept de potentiel touristique, est moins abstrait que celui d'attractivité touristique. C'est le terme « possibilité » présenté dans la

définition du potentiel touristique qui le rend moins abstrait. En vérité, ce terme est synonyme d'éventualité, il signifie: «Caractère de ce qui peut se réaliser» (Petit Robert, 1989: 1495). En fait, la mesure du potentiel touristique a pour objet de donner une idée sur la valeur touristique des ressources à l'étude, sur la possibilité qu'elles ont d'attirer les touristes et de leur faire vivre une expérience touristique.

Contrairement à ce concept, la mesure de l'attractivité touristique de ressources fournit une valeur touristique de ces ressources sans équivoque. Cependant, pour l'étude de cette attractivité, il faut avant tout découvrir en quoi consiste la force d'attraction de ces ressources. Ce qui n'est pas aisé à réaliser attendu que la force d'attraction est abstraite. De plus, elle est difficile à mesurer, car elle est impalpable.

En terminant, le concept d'attractivité touristique englobe celui de potentiel touristique, mais l'inverse n'est pas nécessairement vrai. Véritablement, le concept d'attractivité touristique est beaucoup plus « puissant » que celui du potentiel touristique.

## **II.2. L'évaluation de l'attractivité d'un territoire :**

### **II.2.A. Comment évaluer la dimension attractive d'un territoire :**

La première question qu'on doit poser lorsqu'on aborde la notion d'attractivité, c'est : pourquoi certains territoires attirent plus que les autres ?

- ✓ Selon Serge Gagon : « l'attractivité touristique d'un territoire dépend certes des qualités naturelles et spectaculaires d'un site. Cependant, l'agrément d'un territoire réputé pour ses charmes doit d'avantage à une ambiance qui motive le touriste à se conjoindre à ces lieux.
- ✓ Ainsi, nous pouvons baser sur la recherche de Lew(1987), qui a établi un cadre de référence sur les attraits touristiques, afin de répondre à la question d'asoir une

meilleure attractivité d'un territoire. Pour sa part, après avoir consulté plusieurs études sur le sujet, Lew propose une typologie en trois catégories pour circonscrire la valeur attractive des sites touristiques.

- Approche géographique ;
- Approche aménagiste ;
- Approche sociologique.

#### a. Approche géographique :

Lew se réfère des théoriciens comme Raoul BLANCHARD(1960) pour expliquer cette approche, ce dernier voit que les attractions d'ordre naturelles et culturelles passent en premier lieu, lorsqu'il s'agit de la détermination des localités touristiques, pour ensuite prendre acte des infrastructures en place.

A partir de cela, on peut dire que l'approche empiriste d'un site attractif fait référence donc à ses qualités naturelles :( Panorama-faune-flore-climat...etc.) et culturelles : (histoires population-monument-institution...etc.).

#### b. Approche aménagiste :

Contrairement à la première, l'approche aménagiste qui remonte aux années 1970, concerne moins les caractères des sites que les attraits en soi : « les types d'attraits touristiques sont rapportés à des conditions de possibilité, voir à des contextes : originalité, accessibilité, positionnement à l'égard de l'offre comparable, aménagement, planification, capacité du support du milieu, disponibilité en service, ...etc. »

De ce fait, on déduit que quelques soient les qualités naturelles ou culturelles d'un lieu, ce qui fonde son attractivité touristique c'est son organisation spatial et tous ce qui permet la mise en valeur d'un contenu évalué déjà comme étant un potentiel touristique. Il est également aussi que l'attraction touristique d'un territoire renvoie à une diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions, d'événements qui provoquent des déplacements, de ce fait, deux grandes catégories touristiques sont envisagés :

- Les uns sont tributaires de l'existence d'une ressource ;
- Les autres sont liés à la proximité d'un marché.

#### c. Approche Sociologique :

Le troisième type d'approche en vue de discerner la valeur attractive des sites touristiques fait référence aux perceptions et aux expériences des touristes. L'attractivité dépend d'une quasi-connaissance de l'objet acquise par le touriste.

L'approche perceptuel est fondé en partie sur une étude de Dean Mac Cannel qui définit une attraction touristique comme « une relation empirique entre un touriste, une vue, et un marqueur » (MC-cannel-D ,1989-p7)

De la sorte, la perception et l'appropriation de l'espace par le touriste définie en grande partie l'attractivité de celui-ci.



Leiper-N, 1990, pour lui un touriste est un voyageur ou un visiteur qui cherche à vivre des expériences de loisir, poussé par son propre désir de voyage et de la curiosité de découvrir.

Ce touriste est dirigé vers un « centre organisateur » ou nucleus par un réseau de marqueurs (markers) tous au long de son itinéraire.

**Figure N°01 : Approche géographique** : attraction d'ordre naturel et culturel --- passe en premier lieu.

**Source** : [www.algerie-eco.com](http://www.algerie-eco.com).

**Figure N°02 : Approche sociologique** : désir de voyage et de la curiosité de découvrir.

**Source** : [www.elwatan.com](http://www.elwatan.com)



<b>Facteurs naturels</b>	1. Beautés naturelles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Topographie</li> <li>• Faune et flore</li> <li>• Voisinage de lacs</li> <li>• Rivières</li> <li>• Îles et îlots</li> <li>• Sources thermales et minérales</li> <li>• Cavernes, chutes</li> <li>• Etc.</li> </ul>
	2. Climat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ensoleillement</li> <li>• Température</li> <li>• Vent</li> <li>• Précipitations</li> <li>• Index d'inconfort</li> </ul>
<b>Facteurs sociaux</b>	3. Traits caractéristiques et architecturaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mosquées et monuments</li> <li>• Musées d'art</li> <li>• Architecture locale</li> </ul>
	4. Festivals	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Festivals, musique et danse</li> <li>• Éléments sportifs et compétitions</li> </ul>
	5. Caractéristiques locales distinctives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musique et danse traditionnelles (non organisées)</li> <li>• Cuisine locale</li> <li>• Artisanat traditionnel</li> </ul>
	6. Foires et expositions	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De nature commerciale généralement</li> </ul>
	7. Attitudes envers les touristes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traitement des touristes</li> <li>• Hospitalité locale</li> </ul>

<b>Facteurs historiques</b>	8. Ruines anciennes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence, état et accessibilité des ruines anciennes</li> </ul>
	9. Signification religieuse	<ul style="list-style-type: none"> <li>• L'importance de la religion, les pratiques et rites actuellement visibles</li> </ul>
	10. Dominance historique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La renommée d'un site attachée à des événements historiques importants et/ou à des légendes</li> </ul>
<b>Ressources récréatives et de magasinage</b>	11. Ressources sportives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• chasse</li> <li>• Bain, natation</li> <li>• Ski</li> <li>• Voile</li> <li>• Golf</li> <li>• Équitation</li> </ul>
	12. Ressources éducatives	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Musées d'archéologie et d'ethnologie</li> <li>• Jardins botaniques</li> <li>• Zoo</li> <li>• Aquarium</li> </ul>
	13. Ressources pour santé, repos et tranquillité	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stations thermales</li> <li>• Stations minérales</li> <li>• Pistes de randonnée</li> <li>• Terrains de pique-nique</li> </ul>
	14. Vie nocturne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Casinos</li> <li>• Discothèques</li> <li>• Théâtres</li> <li>• Cinémas</li> </ul>
	15. Ressources de magasinage	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souvenirs et cadeaux</li> <li>• Boutiques d'artisanat</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services automobiles</li> <li>• Épiceries et dépanneurs</li> </ul>
<b>Infrastructures : nourriture, logement, transport</b>	16. des infrastructures au-dessus du « minimum de qualité touristique »	<ul style="list-style-type: none"> <li>• État des routes, autoroutes</li> <li>• Eau, électricité, gaz</li> <li>• Services de sécurité</li> <li>• Services de santé</li> <li>• Communication</li> <li>• Transports publics</li> </ul>
	17. Des ressources d'hébergement et de restauration au-dessus du minimum de qualité touristique	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hôtels</li> <li>• Restaurants</li> <li>• Villages de vacances</li> <li>• Bungalows</li> <li>• Motels</li> <li>• Sites de camping</li> </ul>

**Tableau N°1** : Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de **Gearing, Swart et Var.**

**Source:** *Gearing, C. E., Swart, W. W., & Var, T. (1974). Establishing a Measure of Touristic Attractiveness. Jollmal of Travel Research, vol. 12, numéro 4 (printemps), p.7*

### II.3. L'attractivité Touristique en particulier :

Les destinations qui attirent des touristes capitalisent sur des richesses et ouvrent à leur valorisation. Une destination attractive répond à quatre attributs majeurs (voir à ce sujet le schéma N°2).

**Premièrement**, elle possède un portefeuille de ressources naturelles et/ou créées assimilable à un avantage comparatif. Les ressources naturelles comprennent tous les atouts relatifs aux espaces touristiques et aux paysages, au patrimoine historique, artistique, culturel et naturel. Elles revêtent souvent un caractère unique, authentique et, de surcroît, difficilement reproductible. Ces ressources servent de fondement à la spécialisation thématique des acteurs

et d'une destination (tourisme de montagne, urbain, thermal, rural, littoral, culturel, d'affaires, ...). A ces dotations naturelles il convient d'ajouter les ressources humaines qui constituent un facteur essentiel pour la mise en valeur et l'exploitation des ressources naturelles et l'accueil des touristes. Les infrastructures et les capitaux affectés à la construction et la mise en exploitation des actifs touristiques constituent, pour leur part, des facteurs essentiels à la valorisation des ressources (infrastructures, transports, hébergements, aménagements des lieux de séjour et des sites). Le travail comme le capital n'ont pas le caractère figé et donné des dotations naturelles ; ils sont créés et constituent potentiellement un levier d'action pour favoriser la compétitivité des acteurs. Ainsi, les ressources constituent le socle sur lequel les acteurs vont pouvoir valoriser les acquis et avantages touristiques, voire parvenir à les renouveler.

**Deuxièmement**, une destination doit être en mesure d'élaborer une politique de compétitivité orientée création de valeur ajoutée. Le prix, couplé à la qualité du service rendu, devenant un élément distinctif de la compétition internationale, une destination attractive doit asseoir cette politique sur une industrie touristique structurée et concurrentielle. L'enjeu est de valoriser l'avantage comparatif auprès des touristes et de mobiliser les acteurs du tourisme en faveur de cet objectif par l'adaptation dynamique de l'offre à la demande (Buhalis, 2000 ; Cracolici & al. 2005). De nature essentiellement qualitative cette dimension dépend des acteurs en présence et en particulier de l'innovation intégrée dans la production de leurs services (TIC), de leur capacité à différencier et à créer des produits touristiques originaux ou renouvelés, de la fiabilité des infrastructures, de la qualité des ressources humaines, de la politique des pouvoirs publics (par exemple en matière de préservation des ressources naturelles et touristiques, de planification régionale) et, le cas échéant, des taux de change. Elle implique une coopération étroite entre les acteurs privés et publics.

**Troisièmement**, la destination doit pouvoir bénéficier d'un support institutionnel et gouvernemental en amont et en aval, capable de renforcer l'image touristique de la destination, d'encadrer juridiquement la profession, de fixer les normes qualitatives, et de soutenir voire de susciter les manifestations de grande ampleur. Plus généralement il convient de veiller à ce que le système éducatif soit capable de former de la main d'œuvre adaptée aux besoins spécifiques du secteur afin de renforcer le capital humain.

**Enfin**, la destination doit rencontrer une demande touristique forte et ciblée ayant une dimension nationale et internationale, cette dernière permettant d'enregistrer des dépenses

touristiques apparentées à des exportations. Il s'agit de profiter de l'évolution de la demande contemporaine caractérisée par un certain goût pour la variété des touristes.

**Attributs**      **Schéma N°2 : Les quatre attributs d'une destination touristique**

<i>Portefeuille de ressources</i>	Ressources naturelles : difficilement reproductibles, localisées, base de la spécialisation touristique	<i>Espaces touristiques et paysages : reliefs, climat, littoral, rivières, fleuves, lacs, faune, flore, montagnes, ... Patrimoine historique, artistique, culturel et naturel : Château de Versailles, Joconde, Tour Eiffel, Côte d'Azur</i>
	Ressources créées : Valorisation des ressources et accueil des touristes	<i>Main d'œuvre Infrastructures : transports, hébergement, aménagements touristiques, ...</i>
<i>Politique de compétitivité</i>	Industrie touristique compétitive (rapport qualité - prix)	<i>Concentration spatiale des acteurs du tourisme Capacité à innover, différencier l'offre, fiabilité des infrastructures et équipements, qualité des ressources humaines, planification régionale, ...</i>
<i>Support institutionnel</i>	Renforcer l'image touristique de la destination	<i>Communication touristique, organisations de grandes manifestations Encadrement de la profession, normes, formation</i>
<i>Demande touristique soutenue</i>	Cibler la demande au niveau national et international	<i>Goût pour la variété des touristes et prise en compte de la variété des goûts des touristes : différenciation, niches, innovation de produits.</i>

Ce  
s  
attributs  
constitue  
nt une  
grille  
ouverte  
dans

laquelle de nombreux éléments sont juxtaposés. Or la difficulté consiste à structurer les interactions en présence. Selon Crouch et Ritchie (1999, 2000) et Dwyer et Kim (2003), l'attractivité résulte de la mise en tourisme de ressources *via* l'activité des acteurs du secteur du tourisme et leurs orientations managériales. Ces auteurs fournissent une bonne photographie des acquis et potentiels mais ils ne s'intéressent pas à la nature des savoirs et ressources mobilisés pour faire émerger cette attractivité. C'est précisément dans cette optique de valorisation des savoirs et compétences que nous devons nous positionner. Il nous semble que la différenciation touristique se noue au niveau de la recherche de liens dynamiques entre territoires et acteurs.

## II.4. Facteurs d'attractivité Touristique:

L'attractivité d'un lieu se construit à la fois sur des facteurs économiques, géographiques, humains et historiques. Tous les Facteurs et les services d'une collectivité participent directement ou indirectement à l'attractivité d'un territoire.

### a. Les facteurs environnementaux :

C'est le facteur le plus claire et concret, il s'exprime par les ressources naturelles et matières premières qui existent dans le territoire, ainsi que sa morphologie, climat, localisation...etc.

### b. Les facteurs organiques :

Il s'agit des services publics : Santé, culture, loisirs et sports, commerces et finance, qui sont assurés pour toutes les tranches et catégories sociales, âgés ou jeunes, hommes ou femmes, riches ou pauvres.

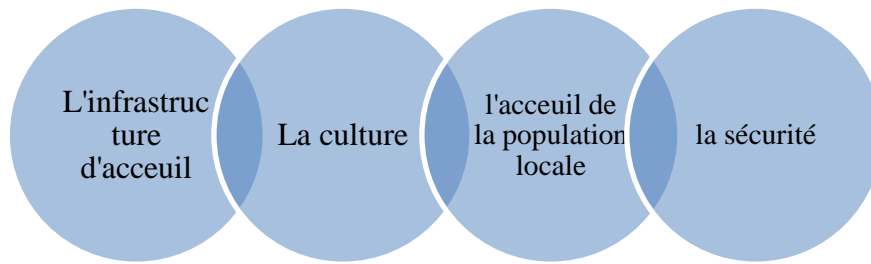
### c. Les facteurs économiques et infrastructurelles :

Elle concerne les types des activités, la répartition des secteurs et le degré de la structuration des différentes filières.

l'attractivité touristique		
<b>Facteurs géographiques:</b>  Climat, saison; Ressource naturelles; les cours d'eaux et les montagnes	<b>Facteurs organiques:</b>  service publique; culture(événements,festival, spectacles) loisir(casino, centre de ski)	<b>Facteurs économique:</b>  équipements touristiques; Transport, infrastructure d'accueil

**Tableau N°2** : synthèse des facteurs de l'attractivité touristique  
**Source** : fait par nous même

**Selon Ritchie et Zins (1978), les facteurs les plus déterminants sont :**



#### a. L'infrastructure d'accueil :

- Un réseau routier développé et valorisé,
- Un grand choix de restauration,
- Un grand choix d'hébergement,
- La présence des investissements touristiques.

#### b. La culture :

La culture est une composante forte, indéniable, de l'offre et de l'image d'une destination. Des territoires patrimoniaux, considérés de manière évidente comme touristiques et culturels, aux initiatives créatives visant à développer l'attractivité de destinations moins évidentes.

#### Exemple :

##### ➤ **Le festival : définition et fonctionnement**

Au début le festival est défini comme « *une manifestation musicale se déroulant sur quelques jours dans un lieu particulier.* ». (Luc Benito, 2003, p5) puisque il été consacré uniquement pour la musique classique.

Aujourd'hui le festival dépasse la musique pour intégrer d'autres disciplines artistiques et non artistiques comme théâtre, cinéma, composition florale, ethnologie et folklore.

##### ➤ **La contribution du festival dans l'attractivité touristique d'un territoire :**

L'organisation d'un festival, si sa programmation est cohérente avec les caractéristiques du lieu et repose sur un projet artistique de qualité, contribue, en effet, à la valorisation de l'image de la ville, et donc au développement de l'attractivité touristique du lieu.

### c. L'accueil de la population local :

« L'accueil, c'est la création d'une atmosphère dans laquelle le visiteur se sent attendu et désiré ».

Kenneth Hudson

- ✓ La population locale doit être mise au centre du processus touristique.

**Pierre Gouirand dans son ouvrage de référence (précité), l'accueil se décompose en trois séquences :**

1. reconnaître la présence du visiteur, ne pas l'ignorer;
2. lui communiquer par un signe quelconque qu'il est le bienvenu, qu'il est admis dans le cercle ou la communauté, lui dire « bonjour » par exemple;

### d. La sécurité :

Le sentiment d'insécurité que le touriste peut a priori ressentir vis-à-vis d'une destination et qui peut se répercuter négativement sur les autres facteurs.

L'attractivité de la destination est affectée par son niveau de sécurité (Cooper et Hall, 2011). Cohen et al. (2014) montrent que les perceptions des touristes se concentrent souvent sur les risques et la sécurité, par exemple sur le crime, le terrorisme et la maladie ou les destinations dangereuses.

### Quelques facteurs essentiels peuvent être rajoutés :

#### a. Le label territorial : facteur d'attractivité touristique

La labellisation dans le domaine touristique apparaît comme une façon de caractériser le territoire (ex : en reconnaissance de sa dimension exceptionnelle). En effet, le label accordé à un territoire influencera à son tour la marque du territoire (Ritchie et Ritchie, 1998). Toutefois, le label fonctionne également à travers un réseau de sites ou de territoires reconnus. Le prestige attribué au label sera tributaire de la notoriété de l'organisme accréditeur, mais également des autres sites labellisés. Ces autres sites sont donc à la fois concurrents, mais aussi partenaires. Leur prestige individuel s'ajoute à la valeur du label.

Le tourisme est un domaine où la recherche de signaux par les « consommateurs » est plus marquée qu'ailleurs. Cela s'explique notamment par une quête informationnelle due à la

méconnaissance du « nouveau territoire ». Cette recherche de signaux, inhérente au domaine (le Guide Michelin par exemple a accompagné en France l'émergence du tourisme), est aujourd'hui amplifiée par les nouvelles formes de tourisme. Elle a pour fins, d'abord, de ne pas passer à côté des essentiels, de ce qui fait la typicité de la région, du lieu de villégiature, ensuite d'accéder, selon les centres d'intérêt des consommateurs, à une connaissance précise des différentes formes de patrimoine (naturel, architectural, historique, gastronomique, etc.).

De ce fait, le secteur touristique se caractérise par une certaine profusion de labels et de marques de tous genres, signalant l'existence de caractéristiques propres à un territoire. Toutefois, il importe de souligner que, s'il est probable que les caractéristiques mises en avant aient du sens pour le touriste, il n'en demeure pas moins que la crédibilité de l'information donnée et sa concrétisation IN SITU peuvent s'avérer discutables, voire parfois nulles. C'est pourquoi tous les labels et les marques doivent impérativement être appréhendés et analysés au regard du contenu informationnel et de sa nature, mais également en termes de caractéristiques de l'offreur et de crédibilité du certificateur et du public susceptible d'être attiré par ce signal (Valceschini, 1999). Ce n'est qu'à ces conditions que la mise en place d'une politique de « labels » pourra s'avérer source d'attractivité et de développement local pour le territoire (Mollard, 2001).

#### **b. La mobilité touristique :**

Pendant longtemps, le tourisme a été obligé de s'intéresser à la mobilité parce que elle assure l'accès vers les destinations a visité. A présent il est temps que la mobilité commence à s'intéresser sérieusement au tourisme et au temps passé pendant le voyage.

Les touristes se déplacent vers une destination, la visitent et en reviennent en utilisant les moyens de transport à leur disposition. Les modalités de ces déplacements peuvent varier, mais le transport est toujours une partie intégrale et un élément clé de l'expérience touristique. Il représente très souvent la principale dépense qu'auront à effectuer les touristes et il est même parfois au cœur de l'expérience touristique (ex. : croisière, cyclotourisme).

Les touristes s'attendent évidemment à une mobilité sécuritaire, abordable, fiable et efficace. Si l'une ou l'autre de ces facettes de mobilité les déçoit, cela risque d'affecter la perception globale de leur voyage.

Pendant longtemps, le tourisme a été obligé de s'intéresser à la mobilité parce que elle assure l'accès vers les destinations a visité. A présent il est temps que la mobilité commence à s'intéresser sérieusement au tourisme et au temps passé pendant le voyage.

Les touristes se déplacent vers une destination, la visitent et en reviennent en utilisant les moyens de transport à leur disposition. Les modalités de ces déplacements peuvent varier, mais le transport est toujours une partie intégrale et un élément clé de l'expérience touristique.

Il représente très souvent la principale dépense qu'auront à effectuer les touristes et il est même parfois au cœur de l'expérience touristique (ex. : croisière, cyclotourisme).

Les touristes s'attendent évidemment à une mobilité sécuritaire, abordable, fiable et efficace.

Si l'une ou l'autre de ces facettes de mobilité les déçoit, cela risque d'affecter la perception globale de leur voyage.

## **II.5. les mesure de l'attractivité Touristique:**

### **II.5.A. les mesures quantitatives :**

**a. L'attractivité Touristique :** se mesure par le nombre d'arrivées de touristes ou par les recettes touristiques. (Viceriat et al., 2007 ; Smith, 1987).

**b. La compétitivité Touristique :** dépend de variables quantitatives (telles que le nombre de visiteurs, la part de marché, la valeur ajoutée dégagée par l'industrie touristique, etc.) (Dwyer et Kim, 2003 ; Dupont, 2012).

### **II.5.B. les mesures qualitatives :**

**a. Les attractions Touristiques :** constituent des ressources que les touristes désirent expérimenter et qui motivent leur déplacement.

(Dann's, 1977 ; Cooper et Hall, 2011).

**b. La compétitivité Touristique :** dépend aussi des variables qualitatives (telles que la culture, la qualité des services touristiques, le patrimoine naturel, etc.)

➤ **La compétitivité touristique :**

La compétitivité du tourisme pour une destination donnée correspond à la capacité du lieu à optimiser son attractivité pour les résidents et les non-résidents, afin de proposer au consommateur des services touristiques de qualité, novateurs et attrayants (bon rapport qualité/prix) et de gagner des parts de marché sur le marché intérieur et mondial, tout en garantissant que les ressources disponibles à l'appui du tourisme sont employées de manière efficiente et durable.

Partant de cette définition, des indicateurs-clés ont été mis sur pied dans le but de répondre aux enjeux de l'analyse de la compétitivité dans le secteur du tourisme de pays membres et partenaires. Ils sont organisés en quatre catégories :

- indicateurs mesurant les performances et les impacts du tourisme ;
- indicateurs étudiant la capacité d'une destination à proposer des services touristiques compétitifs et de qualité ;
- **indicateurs suivant l'attractivité d'une destination ;**
- indicateurs décrivant les mesures prises par les pouvoirs publics et les débouchés économiques.

**Indicateurs de mesure de l'attractivité touristique :**

Ressources naturelles et biodiversité – **Mesure du capital naturel d'un pays**, en termes de nombre de sites appartenant au patrimoine naturel et de nombre de zones naturelles préservées. Il est nécessaire de mener cette évaluation tout en ayant recours à des informations sur la biodiversité et les écosystèmes, la localisation géographique et la densité démographique. Les ressources naturelles sont un des grands moteurs de l'attractivité et donnent un avantage concurrentiel aux pays.

Ressources culturelles et créatives – **Mesure composite reposant sur le nombre** d'attractions culturelles et créatives reconnues, sous différentes formes. Les ressources culturelles et créatives sont des moteurs essentiels de l'attractivité. La mise sur pied d'une stratégie qui exploite les ressources culturelles et créatives peut être source d'avantages concurrentiels.

Satisfaction des visiteurs – **Mesure de la valeur de l'attractivité du** côté de la demande, à partir d'une mesure comparable du taux de satisfaction des visiteurs et de leur intention de

revenir. La satisfaction des visiteurs est un indicateur qualitatif important de la demande.

❖ **Classement mondiale de la compétitivité touristique :**

L'Algérie occupe la 118e position à l'échelle mondiale, et la 19e au niveau continental, sur les 136 pays étudiés, dans le classement mondial de la compétitivité touristique publié, jeudi, 6 avril 2017, par le Forum économique mondial (WEF). Elle se fait ainsi largement devancer par l'Afrique du Sud (53e à l'échelle mondiale et 1re à l'échelle africaine), le Maroc (65e au niveau mondial et 3e à l'échelle du continent) et la Tunisie (87e au niveau mondiale et 9e en Afrique).

À l'échelle européenne, l'Espagne rafle la première place, toujours suivie de la France et de l'Allemagne. De manière plus globale, l'Asie remonte nettement dans le palmarès. Le Japon s'adjuge ainsi la 4e position (+5 en deux ans), devant le Royaume-Uni et Etats-Unis. L'Italie occupe le 8e rang. La Chine se hisse à la 15e position (+2) et l'Inde à la 40e (+12).

❖ **Le classement mondial de la compétitivité touristique se base sur 16 critères dont :**

La sécurité, la santé et l'hygiène, l'ouverture sur l'étranger, la valorisation des ressources naturelles, l'environnement durable, les ressources culturelles, le marketing touristique, le niveau des prix, les ressources humaines qualifiées, les infrastructures routières et aéroportuaires et les services touristiques. En Algérie, les choses s'améliorent en matière touristique, mais il reste un long chemin à parcourir pour satisfaire à ces critères. Dans ce secteur, l'état n'arrive toujours pas à passer la main au privé.

Il s'agit de l'un des domaines où le décalage entre des discours et la réalité est le plus flagrant. Et cela ne facilite pas les choses pour les opérateurs privés qui affichent cette ambition de vouloir investir dans ce secteur.

Dans le domaine de l'hôtellerie une concurrence déloyale est imposée aux opérateurs privés, et ce secteur doit être laissé exclusivement au privé. « Mehri a déclaré de ne pas comprendre comment l'état algérien développe un discours en faveur de l'investissement privé dans le secteur du tourisme tout en ouvrant des palaces dans les grandes villes du pays

»Il est clair que l'investissement dans le domaine de l'hôtellerie nécessite de grands financements.

## II.6. Les stations balnéaires les plus attractives au monde :

Les périodes de vacances sont l'occasion de s'adonner à diverses activités, de profiter de la mer, du soleil et de nouvelles aventures en compagnie de ses proches. C'est pour cette raison que les stations balnéaires constituent des destinations de prédilection dans la majorité des cas. Chaque pays a ses particularités quand on parle de ces magnifiques endroits. Les retours d'expérience de nombreux passionnés ont quand même permis de sélectionner les meilleurs.

### II.6.A. Classement des stations balnéaire :

Classement	Stations balnéaire
01	<b>Cancún</b> , est en effet, l'une des plus belles criques du pays des tacos. Située au sud-est sur la péninsule de Yucatan, cette localité offre une vue imprenable sur la mer des Caraïbes. Il y a quelques années, on aurait eu du mal à imaginer que ce petit village connaîtrait un jour un succès mondial. Mais cette plage de plus de 20 km est très vite devenue une destination très prisée par les vacanciers.
02	La station balnéaire <b>de Moorea</b> c'est avant tout une belle plage tranquille où des spots de plongées et de surf ont été installés pour le plaisir des vacanciers. Les amateurs de randonnées palmées iront à la rencontre des dauphins. Ils découvriront au passage les merveilles sous-marines de la Polynésie. Les passionnés de sensations fortes opteront pour une promenade en hélicoptère et admirent la vue depuis les airs.
03	<b>Sanur à Bali</b> , C'est certainement l'une des plus anciennes criques de l'île des dieux. Ceux qui ont vu cette longue plage il y a quelques années de cela comprennent cette réalité. De Sindhu à Karang en passant par Semawang, cette grande station balnéaire de 4 kilomètres a toujours été une destination touristique majeure depuis le début du XXe siècle. Des aménagements ont quand même été effectués pour que Sanur retrouve sa beauté d'avant.

04	<p><b>Nha trang au Vietnam,</b> Sur les lieux, les voyageurs se plairont dans cette crique ensoleillée où la température de l'eau est idéale pour une bonne partie de baignade ou de snorkelling même en hiver. Ceux qui ont prévu d'enfiler leur combinaison et d'explorer les fonds marins apprécieront la vue des coraux vivants multicolores. Ils constateront que la faune et la flore sous-marines vietnamiennes demeurent intactes malgré le temps.</p>
05	<p><b>Miami,</b> Cette station balnéaire est une destination de prédilection pour les voyages de luxe de ce côté-ci des USA. Avec ses nombreux spots, les activités nautiques seront bien sûr les premiers attraits de cette plage. Mais Miami, c'est aussi le paradis des amateurs de shopping. Une petite balade du côté de l'Ocean Drive, de la Collin Avenue et de la Washington Avenue emmènera les routards dans les anciennes et boutiques de grandes marques qui fait également la renommée de l'île.</p>
06	<p><b>Victoria aux Seychelles,</b> Les îles de l'océan indien figurent aujourd'hui parmi les destinations les plus prisées par les vacanciers. Aux Seychelles, c'est sur l'île Victoria, la plus grande de l'archipel, que les touristes sont les plus nombreux. Les passionnés viennent ici pour la beauté de la plage, mais surtout pour les diverses activités nautiques que proposent les spots locaux. Planche à voile, ski nautique, plongée, tous les matériels sont déjà disponibles sur les lieux.</p>
07	<p><b>Portinatx en Espagne,</b> Si la destination espagnole est reconnue mondialement pour ses parcs d'attractions à thèmes bien aménagés, les touristes y viennent aussi pour ses criques nichées dans les baies. La zone nord d'Ibiza, plus précisément la station balnéaire de Portinatx est la plus recommandée si les voyageurs prévoient des moments de détente en bords de mer ainsi que diverses activités nautiques.</p>

**Tableau N°3 :** des meilleurs Stations Balnéaire au monde

Source : <http://www.mditravel.com>



II.6.B. panorama des stations balnéaire les plus attractives :



Miami, plage

et paradis trop

Nha trang au Vietnam

## Conclusion

La notion de l'attractivité est bien définie et précise étant donnée elle renvoie à tout ce qui est attractif et exerce une attraction, ce qui nous facilite la compréhension de la notion de

L'attractivité touristique, qui est la capacité d'une destination à attirer et séduire des flux touristiques, mais ce qui semble un peu compliqué est de donner cette étiquette d'attractivité à un lieu.

Pour se faire, plusieurs approches sont mises au point par différents théoriciens comme l'approche : « Géographique » qui se résume aux attractions d'ordre naturel et culturel (attire),

« Aménagiste » qui nécessite l'intervention de l'homme (disponibilité de services, diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions et d'évènements) et « sociologique » qui se base sur la

Perception et l'expérience des touristes. D'où chacune d'entre elles valorisent un ensemble d'attractions par rapport à d'autres, cela n'empêche que le regroupement de toutes les attractions étudiées dans les trois approches peut assurer une meilleure attractivité touristique.

En effet, la création d'évènements peut également contribuer à l'attractivité touristique d'une destination donnée tels que les festivals, les jeux olympiques, etc...., Ainsi, quels sont les moyens d'attractivité privilégiés par certaines villes pour développer leurs tourisme, tel est la question étudié dans le chapitre suivant en prenant pour exemple Sousse et Barcelone.

## CHAPITRE 2: Le TOURISME BALNEAIRE

### Introduction :

Le tourisme est l'une des industries les plus importantes du monde. Son apparition remonte au 17<sup>ème</sup> siècle, lors de la découverte de la mer et la montagne comme moyen de détente.

En effet, le tourisme balnéaire est la forme la plus répandue dans le monde. Il est basé sur l'exploitation des ressources naturelles où l'on trouve des atouts comme l'eau, la mer et les plages.

L'Algérie est l'un des pays qui dispose d'une variété de potentialités naturelles, avec un littoral qui s'étend sur un linéaire de près de 1600 km, il se distingue par des paysages très diversifiés et très riches (plages, falaises, massifs forestiers, parcs naturels...etc.). Ces atouts lui procurent un avantage d'attirer les touristes étrangers et locaux.

### II.1. La notion du tourisme balnéaire :

#### II.1.A. Définition de concepts de bases :

##### a. Le tourisme :

Les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs.

**Figure 06** : illustration tourisme  
Source : blockchainfrance.net

## Environnement Habituel :

- Fait intervenir plusieurs caractères:
- La durée du déplacement,
- La distance entre le domicile et la destination,
- La fréquence de réalisation du déplacement.

## voyage

- Un voyage fait référence à la période comprise entre le départ et le retour au domicile, chaque voyage peut comprendre un ou plusieurs séjours.

## Séjours

- Un séjour étant défini comme un lieu où le voyageur a passé ou moins une nuit.

Le tourisme est l'activité d'une personne qui voyage pour son agrément, visite une région, un pays, un continent autre que le sien, pour satisfaire sa curiosité, son goût de l'aventure et de la découverte et son désir d'enrichir son expérience et sa culture.

### b. Le touriste :

« Personne (résident ou non résident) qui se déplace hors de son domicile quotidien pour une durée



de 24 heures au moins et pas plus de 4 mois pour un motif d'agrément personnel ou professionnel ».

*Dictionnaire de Larousse*

Le touriste est une personne en déplacement qui passe au moins une nuit dans un lieu qui ne fait pas partie de son environnement habituel et dont le motif de visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le pays visité. Si la personne en déplacement passe moins de 24 heures dans le lieu, elle est définie comme excursionniste.

### c. Le tourisme balnéaire :

Le tourisme balnéaire nommé également tourisme littoral ou tourisme côtier, est l'une des principales et importantes formes de tourisme les plus répandues dans le monde.



- Le tourisme littoral est le fait de séjourner au bord de la mer en raison de bien-être où les touristes auront l'occasion de se reposer et de pratiquer des activités nautiques.
- Le tourisme côtier est très dépendant des éléments naturels, il s'appuie sur un assemblage unique des ressources, où l'on trouve : la mer, les plages, la côte, le soleil, la nourriture saine, une beauté des paysages exceptionnels, et une diversité biologique riche, qui sont des attraits indéniables pour les touristes. Il offre en général une bonne infrastructure intrinsèque avec diverses activités (ports, ports de plaisance, et autres équipements).

(MARKOVIC, 2009)

Le tourisme littoral est devenu la forme du tourisme privilégié des vacanciers, ce qui nécessite une extension et un développement des commodités.

### d. Station balnéaire :

C'est une agglomération située au bord de la mer, organisée autour d'une ou plusieurs plages, dans laquelle se sont implantés des villégiatures de plaisances et des équipements touristiques spécifiques avec des activités variées, l'ensemble se caractérise par une saisonnalité de son activité économique.

(FNCDT, 2006).

### e. Le littoral :

« Le littoral est un espace géographique qui ne se laisse pas enfermer dans une définition simple, zone vulnérable en constante évolution. »

(Mackelbagh.A, 2009, p5)

Il est aussi défini comme étant « la lisière de contact entre les éléments milieu étroit par définition terrestre et hydrologique, et exceptionnellement menacé, fragile. ».

(G.cazes et R. lanquar 2004, p11)

Ainsi, Le littoral marque le contact entre mer terre, et air et englobe l'ensemble de la zone dans laquelle « *les processus morphogénétiques sont substantiellement altéré par la proximité de la convergence des interfaces.*».

(Bernard.C, 2004, p33-34)

#### f. Saison estivale :

Période de l'année allant du 1er juin au 30 septembre, durant laquelle les autorités concernées prennent toutes les mesures et procédures nécessaires à l'utilisation et l'exploitation des plages, à des fins touristiques.

### II.1.B. Naissance du tourisme balnéaire :

Le tourisme - c'est-à-dire le voyage d'agrément - est apparu à la fin du XVIIIe siècle en Angleterre, Les aristocrates anglais ont inventé la plupart des pratiques touristiques actuelles : aussi bien le tourisme culturel que le tourisme thermal ; et ce sont eux qui ont "découvert" que la mer et la montagne, des milieux jugés auparavant hostiles à l'homme, lui offraient d'extraordinaires bains de jouvence et terrains de sport.

(Stéphane.L, 2008).

Depuis le XVIIIe siècle, au fil du temps, la grande diversité des fronts de mer du territoire français, de la Manche à la Méditerranée, a progressivement favorisé l'émergence d'un patrimoine balnéaire aussi riche que varié, parfois fragile et condamné à évoluer avec de nouvelles contraintes.

(André, 2016)

C'est à partir du milieu du XIXème siècle que le tourisme balnéaire connaît un véritable essor, même si certains médecins prescrivaient dès le début du siècle à leurs patients aristocrates des cures d'hydrothérapie. En fait, l'apparition du tourisme balnéaire et des premières stations apparaît avec le développement des chemins de fer, et donc la possibilité d'atteindre les côtes au départ des villes intérieures.

(hist-geo.ac-rouen.fr)

Ce tourisme a parfois été vécu comme intrusif par les populations locales (en Bretagne) et Vendée par exemple durant la 1<sup>ère</sup> moitié du XXe siècle, souvent source de conflits pour

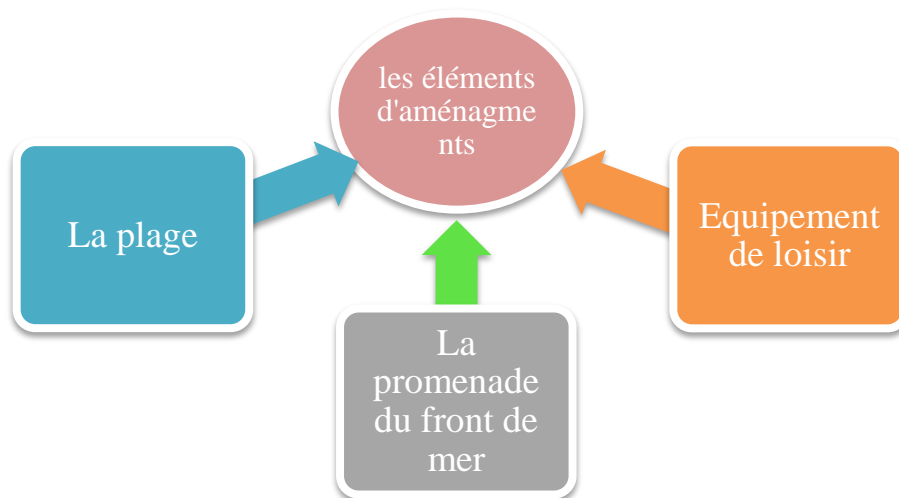
l'espace (Renard. J, 1984) est responsable d'une forte périurbanisation, marquée en Europe dans les années 1960-80 par un héliotropisme (Côte d'Azur en France), puis report d'une partie du tourisme vers des zones tropicales (Thurot.JM1973), souvent contrôlé par l'industrie du tourisme. (Souissi.M, 2008)

**Figure 08** : la naissance du tourisme balnéaire  
Source : [www.ouest-france.fr](http://www.ouest-france.fr)

### III.1.C. L'aménagement Touristique balnéaire :

#### a. Eléments d'aménagement balnéaire :





**Schéma N° 04** : les éléments d'aménagement balnéaire  
**Source** : fait par nous même

- **La plage :**

Bande territoriale du rivage naturel qui englobe la zone recouverte par les plus hauts flots de l'année dans les circonstances météorologiques normales, et les dépendances qui leur sont attenantes, qui, en raison de leur situation et de leur faisabilité touristique, sont délimitées à l'effet de recevoir certains aménagements en vue de leur exploitation touristique.

*(Journal officiel, 2003).*

- **Le front de mer :**

« Avenue en bordure de mer. »

*(Dictionnaire l'internaute).*

- **produit touristique balnéaire :**

Le produit touristique balnéaire, comme tout produit touristique, est un service ou un ensemble complexe de services hétérogènes, soit :

- Des éléments naturels (mer, plage, sable),
- Des activités humaines (langue, région, culture),
- Des infrastructures (modes de transport, communication),
- Des équipements touristiques (hébergement, restauration).

#### II.1.D. Les offres du Tourisme balnéaire :



**Schéma N° 05** : mix marketing  
**Source** : fait par nous même

##### a. Les politiques du produit :

## Les décisions liées à la politique du produit

Le concept de positionnement du produit :	La gamme de produit touristique balnéaire :
<p>Il sert de repère au touriste et revêt deux aspects :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ L'image : qu'il occupe dans l'esprit du touriste actuel et potentiel.</li> <li>➤ La place : que l'on veut que le produit occupe dans l'esprit du segment auquel on le destine par rapport à l'image que l'entreprise veut véhiculer et à l'offre touristique qu'elle propose.</li> </ul>	<p>La politique de gamme offre des avantages à une entreprise touristique offrant un produit touristique balnéaire on lui permettant de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Diversifier son offre</b> et de mettre à la disposition de publics différents des produits adaptés,</li> <li>➤ <b>Elargir</b> : la saison touristique,</li> <li>➤ <b>Toucher des clientèles spécifiques</b> :</li> </ul> <p>Plus pointues dans la recherche d'activités (Golf- sport nautique- pêche, etc.)</p>

**Tableau N°3:** les décisions liées à la politique du produit  
**Source :** Fait par nous même

### b. La politique du prix :

#### ❖ Principe de tarification du prix touristique balnéaire :

Les professionnels appliquent le principe de tarification différenciée pour un même produit. Chaque secteur d'activité a son principe de tarification et ses critères de réduction. On peut citer l'influence de :

- **La saison** : haute saison, moyenne saison, basse saison
- **Le type de la clientèle** : individuelle, groupe, etc.
- **La nature de la clientèle** : jeunes, étudiants, personnes âgées, couples, etc.

### c. La politique de communication touristique balnéaire

#### ❖ Le principe de la communication du produit touristique :

La définition des objectifs de la politique de communication d'une station balnéaire doit être en cohérence avec les objectifs généraux du mix marketing les moyens utilisés dans la communication comprennent : La publicité, les relations publiques, les promotions de vente et le marketing direct (présence dans les foires, salons du tourisme).

#### ❖ L'utilité de la communication du produit touristique

La stratégie de communication du produit balnéaire repose avant tout sur la connaissance des couples cibles/offre à travailler. Elle nécessite un choix entre les moyens à mettre en œuvre puis, un contrôle de la mise au point de l'accroche : nécessité de cohérence entre les logos, les identifications des images, des concepts, des thèmes vendeurs.

#### **d. La politique de distribution touristique balnéaire :**

##### ❖ Principe :

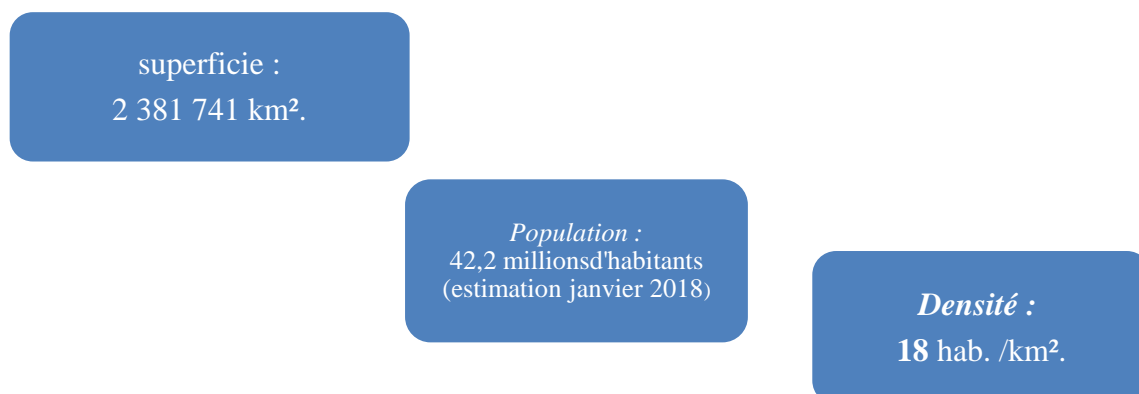
La distribution a pour fonction de rendre matériellement possible la vente, en acheminant le produit jusqu'au consommateur. Ce chemin est le canal de distribution, qui peut être plus ou moins long selon le nombre d'intermédiaires qui le compose :

- Circuit directe : TO touriste,
- Circuit court: TO agences de voyages touriste,
- Circuit long: Assembleurs TO agences de voyages touriste.

## **II.2. Le Tourisme balnéaire en Algérie:**

Le tourisme balnéaire c'est le tourisme des vacances au bord de mer. Il constitue la forme de tourisme la plus répandue dans le monde ainsi qu'en Algérie. La côte, la plage, la mer et le soleil sont des attraits indéniables pour les touristes. D'ailleurs le tourisme balnéaire est la première forme touristique apparue. En Algérie, les premiers bains de mer furent inaugurés en 1896.

### **II.2.A. Quelques facettes du pays :**



**Schéma N°6 :** quelques facettes de l'Algérie  
*Sources : ministère du tourisme et de l'artisanat*

#### **a. le littoral algérien :**

Le littoral algérien c'est 1 200 kilomètres de plages de sable fin bordait d'une mer turquoise. Regroupant toutes les grandes villes sur son territoire, et regorgeant de sites naturels magnifiques, la région est aujourd'hui l'une des plus touristiques du pays. D'Alger la blanche à Oran la Radieuse, en passant par Annaba et les criques sauvages de Kabylie, le littoral fait assurément le bonheur des randonneurs, baigneurs, et amateurs de pêche et sports nautiques. L'activité touristique de cette partie de l'Algérie n'empêche pas la préservation de la faune et de la flore marines. Véritable lieu de détente, le littoral algérien est également un lieu riche en histoire, le bord de mer étant jalonné de plusieurs sites archéologiques de l'époque antique ou ottomane.

Source : ANDT



Figure N° 8: le littoral Algérien

Source : <http://www.wakeupinfo.fr>

## II.2.B. Les Principaux agrégats du tourisme balnéaire :

### a. Activité touristique :

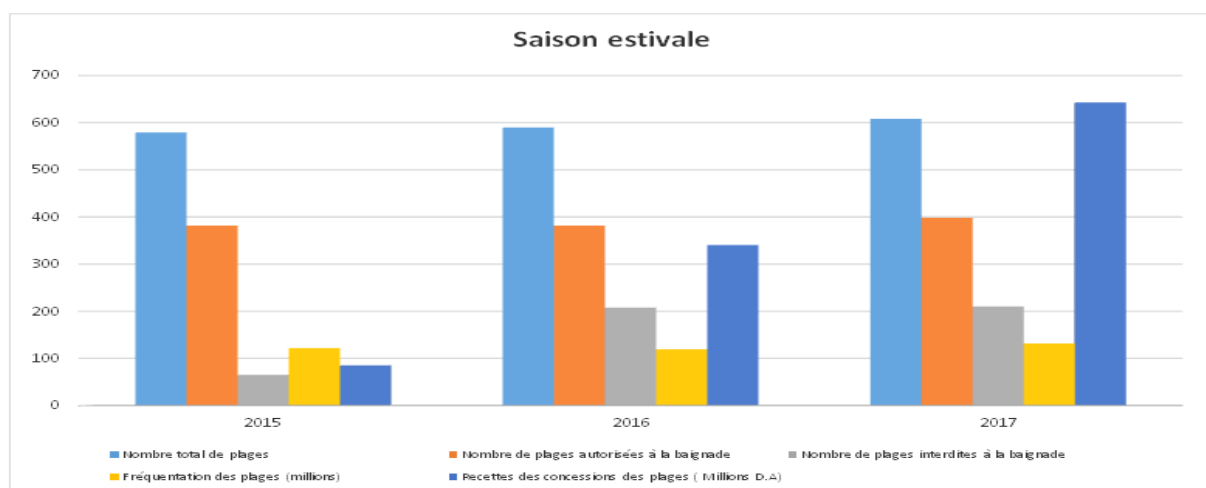


Diagramme N°01: fréquentation des plages pendant les saisons estivales

Sources : ministère du tourisme et de l'artisanat

### b. Hébergement touristique :

Après l'indépendance, l'Algérie hérita une capacité touristique estimée à 5922 lits, répartis entre le tourisme balnéaire (50%), urbain (40%) comme le montre le tableau suivant :

Type de structure touristique	Urbain	Saharien	Balnéaire	Climatique	Total
Nombre de lits	2377	486	2969	90	5922
%	40	08	50	02	100

**Tableau N°05** : Le pourcentage des structures touristiques en Algérie.

Source : (SEHAB, s.d)

Cet héritage composé de certaines réalisations de type balnéaire, ont été édifiés par les colons pour répondre à leurs besoins. Jusqu'en 1966, le tourisme Algérien n'a vécu que sur l'héritage laissé par la colonisation et aucune réalisation nouvelle n'est venue enrichir ce patrimoine. En 1966, des investissements ont été prévus pour la mise en place d'une infrastructure de type balnéaire, pour accueillir les touristes étrangers et cela par l'élaboration d'une charte du tourisme.

▪ **Evolution de la capacité lit par type de produit :**

Entre (1991 - 2004)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Total	54 986	55 924	57 250	60 235	62 000	64 695	65 704	70 961	75 505	77 242	72 485	73548	77473	82034
urbain	26 296	26 926	27 874	29 304	29 689	30 980	30 828	32 777	32 300	33 000	33 495	35 126	35126	46680
Balnéaire	18 972	18 972	19 272	20 263	19 410	20 254	20 395	23 000	24 255	25 442	23 485	23 624	26034	21710
Saharien	5 026	5 026	5 146	5 415	7 615	7 948	8 663	9 000	9 150	9 000	7 723	7 197	8 105	4431
Thermal	3 696	3 714	3 714	3 903	3 934	4 105	4 308	4 629	7 500	5 500	6 538	6 504	6 905	5742
Climatique	1 006	1 284	1 284	1 360	1 352	1 410	1 510	1 575	2 300	1 300	1 246	1 097	1 225	1 411

**Tableau N°5**: Répartition de la capacité hôtelière par vocation

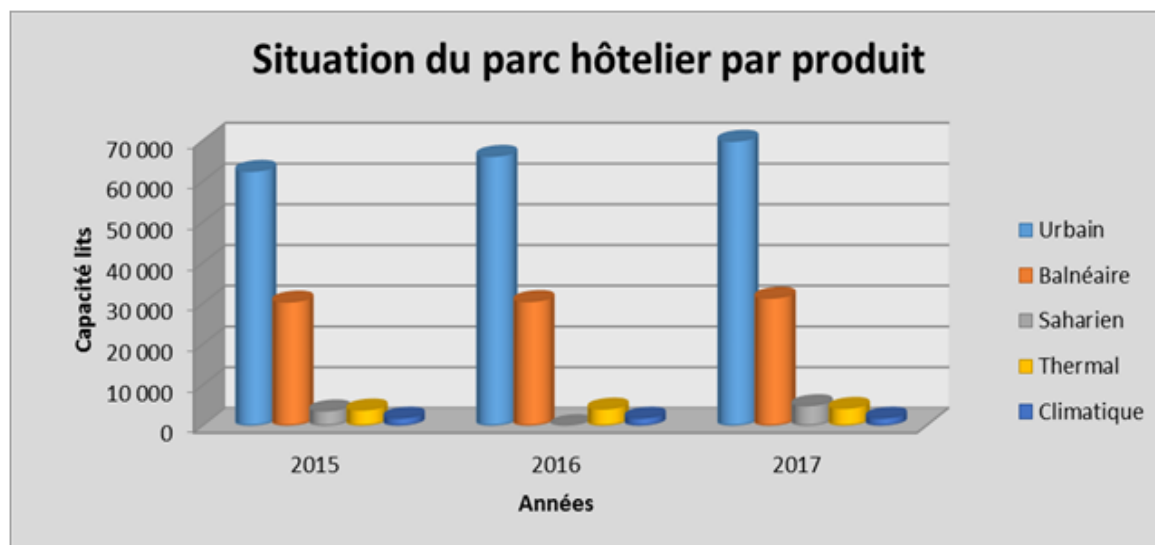
Source : (ONS, 2008)

Entre (2015 - 2016-2017)

Années	2015	2016	2017
Urbain	62479	66155	69861
Balnéaire	30380	30500	31326
Saharien	3636	4780	4928
Thermal	3866	4120	4266
Climatique	1833	1883	1833
Total	102244	107420	112264

**Tableau N° 6**: répartition de la capacité hôtelière par vocation, **Source** : Direction plan qualité

▪ Situation du parc hôtelier par produit :



**Diagramme N°2 :** situation du parc hôtelier par produit  
**Source :** ministère du tourisme et de l'artisanat

Lecture des tableaux et le diagramme :

Dans les tableaux, ainsi que le schéma on constate que l'état a concentré ses efforts sur la construction des infrastructures hôtelières urbaines.

**c. Statistiques des curistes :**

Années	2015	2016	2017
<b>Nombre total des plages</b>	579	590	608
<b>Nombre des plages autorisées à la baignade</b>	382	382	398
<b>Nombre des plages interdites à la baignade</b>	65	208	210
<b>Fréquentation de plage (millions)</b>	1215	119.3	132
<b>Recettes des concessions de plages (millions D.A)</b>	84.9	340.7	642.8

**Tableau N°8 :** statistiques des curistes

**Source :** Direction plan qualité

## II.3. les stations balnéaires :

### II.3.A Notion de station balnéaire :

D'après la Commission Européenne, il existe deux types de destinations littorales (Nolwenn. D, 2007, p20-21) :

- **La première catégorie concerne** : les destinations où l'activité touristique s'est développée autour de structures existantes, souvent de taille petite ou moyenne (villages de pêcheurs, bourg agricole ou centres administratifs) pour devenir de véritables agglomérations où l'activité touristique prédomine.
- **La seconde**, est la station balnéaire qui peut être considérée comme un système territorial de production et de distribution de biens et services de loisir (hébergements et équipements), ville touristique localisée sur le littoral dont la principale ressource économique est le tourisme lié à la mer (Eraud. I, 2007, p173), basée sur la valorisation des ressources humaines et naturelles (mer, climat, thermalisme,...) (Européen Commission, 2000). Il s'agit donc d'une ville littorale aménagée pour favoriser le tourisme balnéaire, soit les vacances au bord de mer et plus spécifiquement à la plage.

#### 1. Les infrastructures touristiques :

##### a. La capacité d'hébergement :

La capacité d'hébergement désigne le nombre de lits qu'offre l'ensemble des hébergements d'une destination touristique. On distingue généralement les hébergements relevant du secteur marchand (camping, hôtels, résidences de tourisme, locations mises sur le marché) du secteur non marchand (chez des parents et amis).

On ne peut pas penser à réaliser un tourisme sans réfléchir à un hébergement adapté aux potentiels touristiques de chaque région. Particulièrement, on peut distinguer différentes formes d'hébergements touristiques mis à la disposition de la clientèle par rapport à leur nature individuelle ou collective, nous citons :

### ❖ Complexe touristique :

Ensemble d'installations hôtelières et d'équipements de loisirs aménagés en un lieu favorisant le dynamisme, très vivant qui dégage des ambiances de vacance.

### ❖ Les établissements hôteliers :

Il est considéré comme établissement hôtelier, tout établissement qui exerce une activité hôtelière. Et comme activité hôtelière toute utilisation d'une infrastructure destinée principalement à l'hébergement ainsi que la fourniture des prestations qui lui sont liées. Cette infrastructure se compose d'établissements d'hébergement qui sont :



#### • Les hôtels :

L'hôtel est un établissement commercial d'hébergement classé, qui loue des chambres ou des appartements meublés au passagers ou pour une clientèle qui effectue un séjour pour une ou plusieurs journées, mais à condition qu'il ne sera pas domicile, les hôtels offrent un certain nombre de services quotidiens (petit déjeuner, entretien des chambres, fourniture de linge...  
(FNCDT,2006).



**Figure08 :** Hôtel Sheraton, Club des pins, Alger

Source : [www.marriott.com](http://www.marriott.com)

#### Hôtel balnéaire :

L'hôtel balnéaire est tout immeuble aménagé mis à la disposition des clients un espace privatif pour une utilisation personnelle durant une période limité, se trouve sur le littoral ou au bord de la mer.

### Classification hôtelière mondiale :

L'agence mondiale de Notation Hôtelière propose une classification Hôtelière en fonction du type de séjour recherché par :

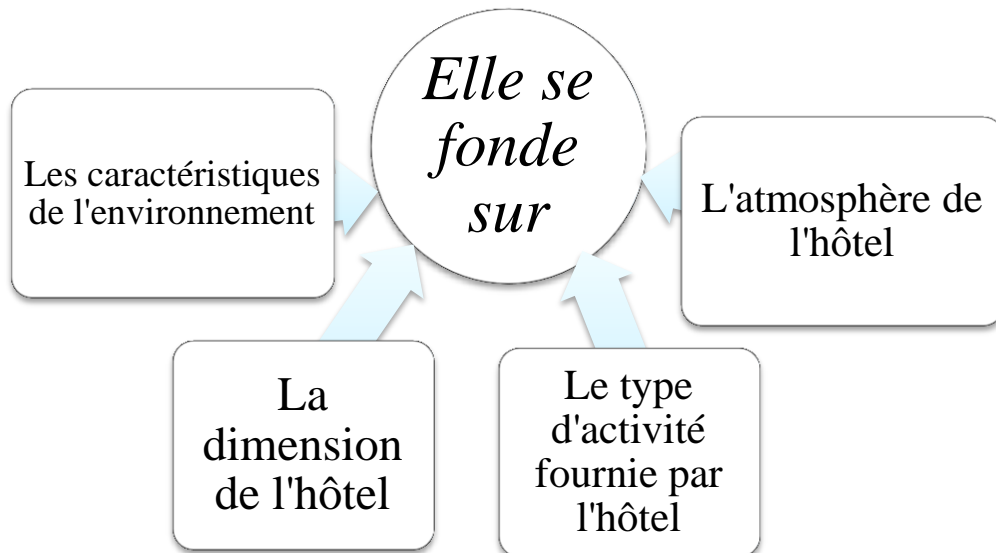


Schéma N°8 : classification Mondiale des hôtels

Elle opère une distinction d'hôtel dont on cite :



Les Hôtels sont classés en six catégories en fonction des normes de confort, et qui sont :

- Motel ou Relais :

Ce sont des structures d'hébergement construites en dehors des agglomérations, directement accessibles d'une route ouverte à la circulation des véhicules à moteur.



- Village de vacances :

Ce sont des ensembles de structures d'hébergement construites en dehors des agglomérations et offrant des logements pavillonnaires constitués de petits appartements familiaux.



**FigureN°9:** résidence touristique Alpha (Béjaia)  
*Source : TripAdvisor*

- Les résidences touristiques :

Ce sont des infrastructures d'hébergement situées en dehors des agglomérations et dans des lieux connus pour leur aspect naturel spécifiques et disposant d'un hébergement doté d'appartements meublés.



**Figure10:** Village Vacances (Québec Ville)  
*Source : www.quebecoriginal.com*

- Les Auberges :

Doivent être situées en dehors des agglomérations, comportent un minimum de 6 chambres et assurent le service du petit déjeuner.



**Figure11:** Auberge de Jeunesse à Varsovie  
*Source : (http://www.vanupied.com*

- Les chalets :

Ce sont des habitations en bois destinées à une clientèle fréquentant les stations balnéaires et /ou les montagnes, avec ou sans ameublement. Elles sont disponibles en location au jour, à la semaine, au mois ou à la saison.



**Figure12 :** le chalet myosotis (Vologne)  
*Source : Leschaletsdelavologne.com*

- Les bungalows :

Le mot bungalow vient de l'hindi, il désignait à l'origine une habitation faite de matériaux légers. Par extension, dans le monde du camping, le bungalow désigne soit un petit chalet rustique qui se perd de plus en plus au profit du vrai chalet\_ soit un abri de grosse toile, avec des chambres en toile, généralement équipé pour la location saisonnière.



**Figure13 :** Le bungalow coté  
**Source :** TripAdvisor

- Les terrains de camping :

Ce sont des espaces aménagés dans le but d'assurer de manière régulière, le séjour des touristes dans :

- ✓ Des caravanes tractées.
- ✓ Des équipements légers apportés par eux sur place.



**Figure14:** le camping au japon  
**Source :** vivre à Tokyo.com

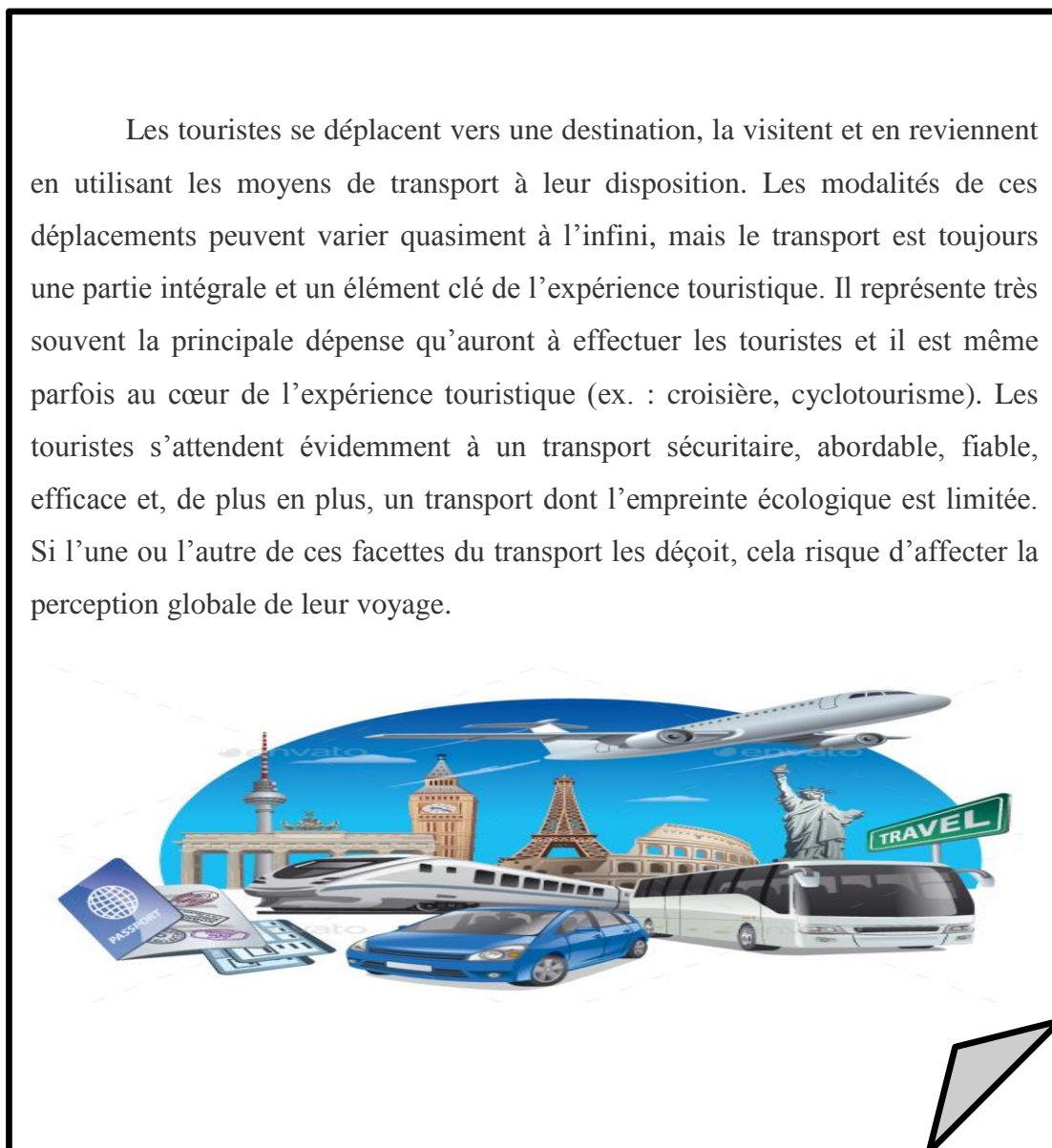
### **b. La restauration :**

La restauration est une composante indissociable de l'expérience touristique, mais encore elle contribue grandement à son appréciation ainsi qu'au bouche à oreille suivant le séjour.



### c. Le transport :

Les touristes se déplacent vers une destination, la visitent et en reviennent en utilisant les moyens de transport à leur disposition. Les modalités de ces déplacements peuvent varier quasiment à l'infini, mais le transport est toujours une partie intégrale et un élément clé de l'expérience touristique. Il représente très souvent la principale dépense qu'auront à effectuer les touristes et il est même parfois au cœur de l'expérience touristique (ex. : croisière, cyclotourisme). Les touristes s'attendent évidemment à un transport sécuritaire, abordable, fiable, efficace et, de plus en plus, un transport dont l'empreinte écologique est limitée. Si l'une ou l'autre de ces facettes du transport les déçoit, cela risque d'affecter la perception globale de leur voyage.



### d. Les activités touristiques dans les stations balnéaires :

La plupart des activités sont des activités nautiques à savoir :

Le jet-ski



La banane



Le bateau



canoë-  
kayak



Le  
stand Up  
paddle



La planche  
à voile



La Plongée



Le parachute





❖ Les éléments générateurs du tourisme :

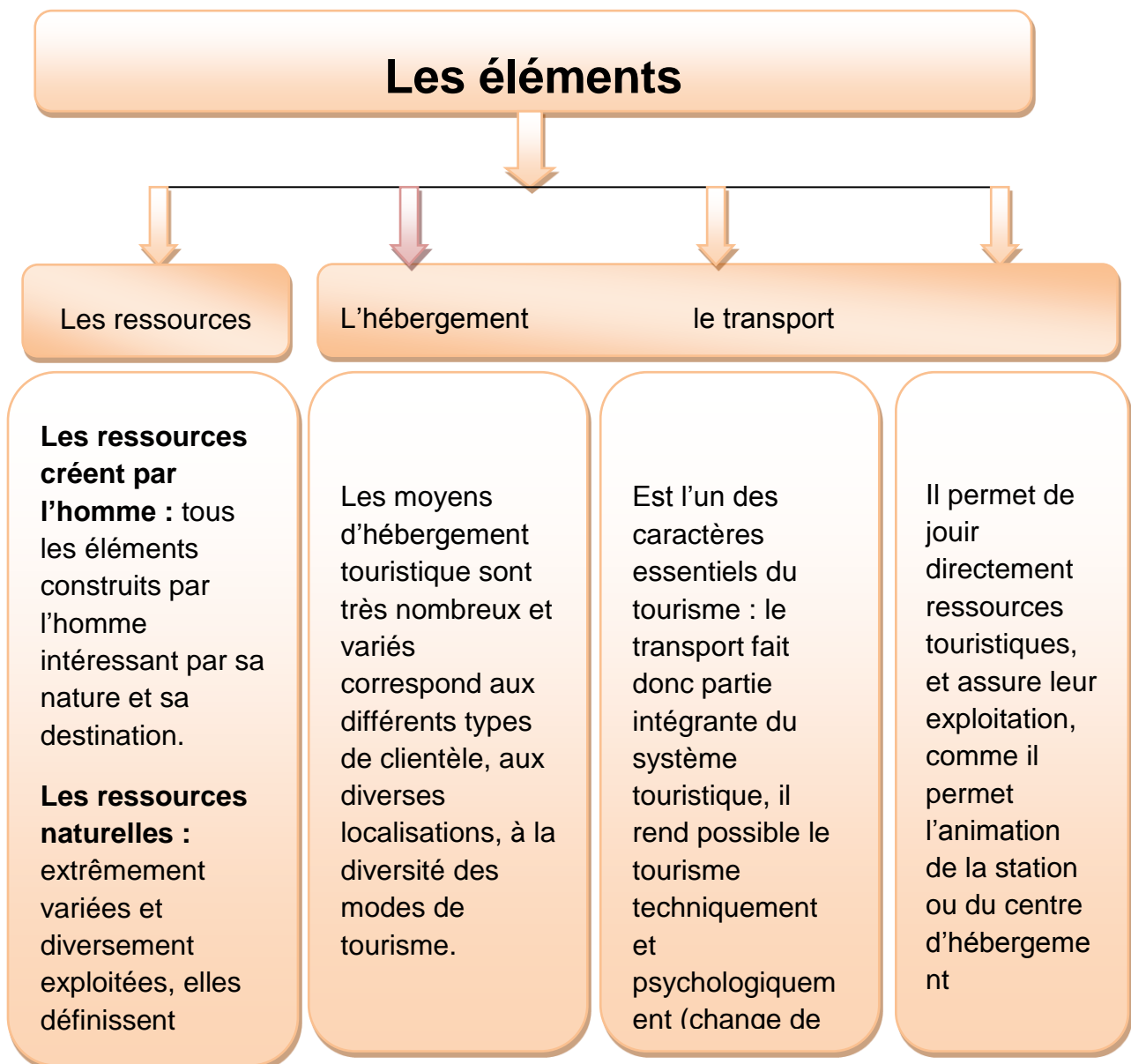


Schéma N°9 : les éléments générateurs du tourisme

## II.4. Analyse de la clientèle du tourisme balnéaire :

### II.4.A. Comportement touristique :

« Les comportements touristiques peuvent être définis comme l'ensemble des activités des individus directement reliés à la consommation des biens économiques (ou symboliques) et de services dans le domaine du tourisme. » (Stafford, 2001)

### II.4.B. Les spécificités du comportement du touriste :

C'est l'Organisation Mondiale du Tourisme qui a défini le comportement du touriste et a identifié comme paramètres d'étude : la durée du voyage, la distance et le but de la visite. D'un point de vue conceptuel, le tourisme peut être analysé comme un ensemble d'activités de déplacement vers des destinations inhabituelles. L'individu acquiert temporairement le rôle de «touriste», en satisfaisant ses besoins récréatifs (relaxation, repos, visites, distractions) et en participant à des activités de transports, d'hébergement, de restauration et de vacances. La réalisation de ces activités prouve l'intérêt du consommateur et son implication dans les phases initiales du processus d'achat et de consommation.

### II.4.C. Motivations à la consommation des touristes balnéaire :

Ce sont des raisons profondes, des impulsions internes qui poussent un individu à se comporter de telle façon lors de la consommation d'un produit.

On distingue :

#### Motivations hédoniste :

Se faire plaisir au bord de la mer.



#### Motivations oblatives :

En vacances, c'est le désir de donner et de faire plaisir aux enfants.



#### Motivations d'auto- expression :

S'exprimer, extérioriser sa personnalité, participer à un stage d'un sport nautique.



## **II.5. Les acteurs intervenant dans le tourisme :**

### **II.5.A. Les intervenants et les organismes concernés directement par la gestion du secteur :**

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

Ça concerne toutes les structures qui sont directement rattachées et rentrent en lien avec la politique destinée à la relance de l'activité touristique.

#### **1. Le Ministère du tourisme et de l'artisanat :**

Il est chargé d :

- ✓ D'initier et de proposer la stratégie de développement durable du tourisme ;
- ✓ D'élaborer et de veiller à la mise en œuvre de la stratégie de régulation des activités touristique ;
- ✓ De délivrer les autorisations réglementaires et les agréments relatifs aux activités et aux professions du tourisme ;
- ✓ D'initier et de mettre en place les programmes de promotion des activités du tourisme et des zones d'expansion et sites touristiques ;
- ✓ De proposer, d'évaluer et de valider les études d'aménagement touristique, en relation avec les secteurs concernés, les mesures, instruments et mécanismes d'accès au foncier touristique ;
- ✓ De proposer les mesures et mécanismes liés à la préservation du patrimoine touristique national ;
- ✓ D'initier la mise en place des pôles d'excellence touristique et de veiller à leur développement ;
- ✓ De participer à l'évaluation de l'utilisation des ressources financières attribuées au titre du fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et à l'amélioration et la qualité touristique ;

- ✓ D'initier et de mettre en œuvre, en relation avec les secteurs concernés, les actions d'orientation, de promotion de l'investissement et de partenariat dans le tourisme ;

**Les établissements qui travaillent sous tutelle du ministère sont :**

- Office National du Tourisme (ONT) ;
- Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel (ANART) ;
- Chambre Nationale de l'Artisanat et des Métiers (CNAM) ;
- Agence Nationale du Développement du Tourisme (ANDT) ;
- Agence Nationale Algérienne du Tourisme (ONAT).

En somme, le Ministère de tourisme favorise, en concertation et en partenariat avec les intervenants publics et privés, l'essor de l'industrie touristique dans une perspective de développement.

**2. La Direction du Tourisme et de l'Artisanat (DTA) :**

Jusqu'à 1992, c'était l'Office National du Tourisme (O.N.T.) qui s'occupait de toute activité touristique à l'échelle nationale. Par la suite, il y a eu la création de la Direction du Tourisme et de l'Artisanat de chaque Wilaya par abréviation (DTA), qui a été créée par le décret exécutif n°95/260 du 29 août 1995, modifié et complété par le décret exécutif n°2000/376 du 22 novembre 2000, portant création des services extérieurs du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat fixant les règles de leur fonctionnement.

**Il est chargé d'un certain nombre de missions au niveau wilaya :**

- collecter, analyser et alimenter l'outil d'observation touristique ;
  - Veiller à la conformité des normes « qualité tourisme » ;
  - Orienter, encadrer et accompagner l'investissement touristique et l'offre touristique en général ;
  - Contribuer avec les autres secteurs concernés à la promotion des partenariats : investissement, formation.
  - Intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement et d'urbanisme ;
  - Contribuer à la protection, la sauvegarde et au développement durable de l'activité artisanale.
- ❖ Les missions de la DTA sont précisées par le décret n°10-257 du 20 Octobre 2010. La Direction du Tourisme est organisée en trois (03) services :

- 1- Le service du tourisme.
- 2- Le service de l'Artisanat.
- 3- Le service de l'administration, études et moyens.

Statutairement, elle joue le rôle d'intermédiaire entre l'administration centrale et la wilaya en veillant à l'application des directives relevant de l'amont et de recueillir et transmettre les données provenant de l'aval.

### **3. Les Offices du tourisme :**

Ces Offices représentent la vitrine de leur territoire, notamment ceux qui ont une vocation très touristique. C'est une structure permettant d'accueillir les touristes et qui se charge d'organiser l'activité touristique dont l'objectif principal est d'organiser au mieux le séjour.

L'office du tourisme est un centre d'information dont la mission principale est « l'accueil, l'information et la promotion du tourisme » sur le territoire concerné à destination du public ou visiteurs, allant des simples habitants locaux, aux excursionnistes et en passant par les touristes. L'objectif de la structure est de faciliter le séjour touristique des visiteurs. Cette structure publique dans la plupart des pays est généralement située dans un ou plusieurs points stratégiques du territoire, notamment où le flux des personnes est important.

Il peut également être chargé de missions annexées tel que l'élaboration et la mise en œuvre d'une politique locale du tourisme et des programmes locaux de développement touristique ; l'animation des loisirs, l'organisation des fêtes et de manifestations culturelles ; la commercialisation des prestations de services touristiques.

*Il n'existe au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou qu'un seul Office Local du Tourisme, dans la commune de TIGZIRT.*

### **III.5.B. Les intervenants indirects dans la gestion de tourisme :**

Ce type d'intervenants participent d'une manière indirecte dans le succès du secteur touristique de part les activités et les actions qu'ils mènent.

#### **1. La Direction de la Formation Professionnelle :**

Depuis fort longtemps la Kabylie a été pourvoyeuse de main d'œuvre dans l'hôtellerie et de restauration pour pratiquement tout le territoire national. Elle s'est même implantée dans de nombreuses villes de France. Les instituts et les écoles touristiques de la Wilaya contribuent de façon efficace au besoin du secteur. On distingue :

L'institut National des Techniques Hôtelières et Touristique (I.N.T.H.T) avec 150 places pédagogiques ; les écoles de formations privées ; Echotellerie ; Ecomode Hôtellerie ; Cadschool ; Lia school ; Jardin secret ; SHT.

En somme, l'enseignement professionnel peut jouer un rôle d'avant-garde en la matière non seulement au niveau du pôle Nord-centre, mais pour l'ensemble du pays, la remise à niveau des programmes pour une mise en cohérence avec l'évolution du monde touristique et l'introduction des Nouvelles Technologies d'Information et de Communication (NTIC)

contribuera dans une très large mesure à l'application du Plan Qualité tourisme avec la prise en charge des cycles de formation au profil des opérateurs dans le cadre de conventions qui seront parrainés par l'administration en charge du tourisme.

## **2. Les Direction de la Culture :**

Les actions de préservation et de valorisation des patrimoines culturel, Historique, et archéologique à travers la promotion de pôles de développement culturel et des activités liées à la création artistique et à l'exploitation, adapter des richesses culturelles relève de la responsabilité de la Direction de la Culture et des institutions liées : centres culturels, les maisons de la culture, théâtre, commissariat de festivals, associations culturelles.

Vu l'histoire et la grandeur du champ culturel dans la région de Kabylie, de nombreuses institutions ont été créées :

- La maison de la culture Mouloud MAMMARI
- Le théâtre régional KATEB YACINE de Tizi-Ouzou
- Le commissariat du Festival Culturel du Film Amazigh
- Le commissariat du Festival Culturel Local du Tapis
- Le comité du Festival Culturel Arabo-africains des Danses Folkloriques de Tizi-Ouzou
- Ecole régional des beaux-arts

### **3. Le mouvement associatif :**

La wilaya de Tizi-Ouzou se distingue par la présence d'un mouvement associatif très important, qui compte 700 associations culturelles agréées. Dans le cadre de leurs activités, ces associations travaillent en étroite collaboration avec la direction de la culture pour la promotion de la culture et la prise en charge du patrimoine matériel et immatériel. Les activités artistiques culturelles (les Arts plastiques, le chant, la musique, la danse, le théâtre, la lecture, le conte et la poésie.)

Les grands rendez-vous culturels, les activités culturelles et autres manifestations scientifiques sont des éléments essentiels dans l'élaboration des produits touristique spécifiques ou complémentaires aux différents types de tourisme : balnéaire, montagnoux, vert.

### **4. La Direction des forêts :**

La protection, les plantations, les repeuplements des espaces forestiers ainsi que les divers travaux sylvicoles (aménagement et ouverture des pistes, captage de sources, constructions de points d'eau, etc....) constituent autant d'actions qui privilégient la mise en valeur touristique des espaces forestiers de la wilaya.

Les actions relatives à l'aménagement d'aires de repos et de détente voire la création de parcs de loisirs, par ailleurs très sollicitée par de nombreuses APC qui disposent de forêts, devraient d'engager dans le cadre d'une coordination opérationnelle entre la Direction des forêts et La DTA.

### **5. La Direction de la Jeunesse et des Sports :**

En plus des infrastructures proprement dites (stades, salles omnisports, piscines,...) de nombreuses autres infrastructures visant la prise en charge et l'épanouissement de la jeunesse sont gérées par la DJS et ont une relation directe avec les notions de « mobilité » « loisirs » et « tourisme ». Il s'agit des auberges de jeunes ouvertes aux vacanciers internationaux et nationaux, des aires de jeux pour enfants, des camps de vacances, des maisons et centres de jeunes.

### **6. La direction de l'environnement :**

La direction de l'environnement contribue dans le cadre de ses missions à améliorer le cadre de vie des habitants, aussi elle participe par différentes actions à la préservation de la qualité de l'environnement et plus précisément dans la gestion des déchets. En effet, cette direction a pris en charge la réalisation de décharges contrôlées et Centre d'Enfouissement Technique (CET) pour meilleur traitement des déchets urbains. La propreté des voies et lieux publics est une des missions sur lesquelles doit s'atteler la Direction de l'Environnement, en proposant l'assistance technique aux communes en matière de gestion des déchets.

En tout état de cause la Direction de l'Environnement est en premier lieu concerné par le développement durable du tourisme à travers son rôle d'acteur dans la préservation de l'environnement, l'amélioration du cadre de vie et la valorisation du potentiel naturel conformément aux dispositions édictées par la loi relative à la protection de l'environnement et au développement durable du territoire en général et conformément aux dispositions des lois relatives aux espaces spécifiques que sont les zones montagnes et le littoral.

## II.6. Exemples réussies des villes touristiques attractives:

### II.6.A. La ville de Sousse :

# Sousse : un exemple d'attractivité

La Tunisie est une destination touristique très fréquentée dans le bassin méditerranéen. Elle dispose de nombreux atouts :

- Le climat méditerranéen : qui lui assure des étés chauds et secs ainsi que des hivers doux.
- Elle possède 1300 Kilomètres de côtes, dont de nombreuses plages de sable.
- Elle dispose d'un riche patrimoine culturel.

Le tourisme est l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie de la Tunisie ainsi qu'une source de devises pour le pays (Bilan du secteur touristique en Tunisie, 2010) dont il contribue directement à l'économie tunisienne s'élevait à 5,51 milliards de dinars (2,63 milliards d'euros) en 2013, soit 7,3% du PIB, Il génère environ 350.000 emplois directs et indirects, selon le dernier rapport du World Travel & Tourism Council (WTTC) sur la Tunisie. (Isabelle de Foucaud, 2015)

Quelque 4 millions 400 mille touristes ont visité la Tunisie entre le 1er janvier et le 31 juillet 2018, soit une augmentation de 23% par rapport à la même période de 2017, avait annoncé Salma Elloumi Rekik le 9 août.

La ministre avait indiqué que les recettes touristiques ont atteint 1750 millions de dinars durant la même période enregistrant une augmentation de 42% par rapport à 2017.

**Figure N°19** : La Tunisie dans le top 10 des pays où le tourisme est en plein essor  
**Sources** : l'Organisation Mondiale du Tourisme

### 1) Pourquoi la ville de Sousse :

Troisième plus importante ville de Tunisie , Sousse est un haut lieu du tourisme dans le pays en attirant chaque année de nombreux vacanciers venant profiter à la fois de la douceur de son climat, de ses plages, mais aussi de sa vie nocturne animée. Sousse compte également une médina arabe typique inscrite au patrimoine mondial de l'UNESCO.

Souvent surnommée la perle du Sahel, Sousse offre plusieurs facettes au voyageur et autant de thèmes de vacances. Ainsi, on peut toutefois y programmer un séjour culturel, un voyage de détente ou un trip festif entre amis.

Sousse a développé son produit touristique principalement autour de l'activité balnéaire. La région offre en effet de longues plages de sable réputées dans toute la Méditerranée et où les vacanciers viennent profiter du soleil à bon marché.

### 2) Présentation de la ville de Sousse :



### Administration

**Pays :** Tunisie  
**date de création :** 21  
**Chef-lieu :** Sou  
**Gouverneur :** Adel Chl

### Démographie:

**Population:** 674 9  
**Densité:** 253 hab.

### Géographie:

**Superficie:** 2 669



Le gouvernorat de Sousse est situé sur le littoral de la région du centre-est et s'étend sur 2669 kilomètres carrés à peu près 1.7% de la superficie totale de la Tunisie, elle est bordée à l'Est par le méditerranée sur une longueur de 75 kilomètres et à partir du nord et du nord-ouest le gouvernorat de Nabeul, Zaghouan, de l'ouest le gouvernorat de Kairouan de sud et de sud-est le gouvernorat de Monastir et Mahdia.

(Ministère du Développement Régional et de la Planification, 2011).

« Capitale » du Sahel tunisien (qui est constitué de Sousse, El Jem, Monastir et Mahdia) elle est souvent surnommée la « perle du Sahel » pour ses longues plages, sa côte et ses stations balnéaires qui font d'elle la première ville touristique du pays et chef – lieu du gouvernorat du même nom.

### 3) Les atouts touristiques de la willava de Sousse :

## Historique

### La Medina de Sousse :

Parmi les différents centres d'intérêt qu'offrent la ville de Sousse, la Médina, chargée d'histoire, classée au patrimoine mondial de l'Unesco (inscrite en 1988). (Sousse-tunisie.fr)

Elle renferme des monuments de grande importance :

- Le Ribat de Sousse ;
- La grande mosquée de Sousse ;
- Le musée archéologique de Sousse.

**Figure N°20 :** la médina de Sousse  
**Source** (<http://www.cap-voyage.com/sousse-tunisie-414/>)

## Culturel

### Les événements culturels :

Sur le plan culturel, Sousse organise des manifestations culturelles tout au long de l'année tel que :

- Le Carnaval d'AOUSSOU (24 Juillet) : Festival International de Sousse : Organisé annuellement pendant les vacances d'été.

(Guide touristique de Sousse, 2014/2015)

**Figure N°21** : le festival d'Assou

**Source** : fr.m.wikipedia.org

## Balnéaire

Sousse avec un littoral méditerranéen qui s'étendent sur 75 kilomètres de long dotée des plages dont la plupart sont sablonneuses (Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse, P7), La plupart des plages de Sousse sont situées très près du centre-ville et de sa spectaculaire Médina. Les alentours permettent aux visiteurs de bénéficier de services complets : bars et restaurants, boutique d'artisanats...etc.



### 4) Les équipements touristiques :





#### a) Les infrastructures hôtelières :



*« Sousse abrite 129 hôtels avec une capacité d'accueil totale de 51000 lits et fournit près de 20000 emplois directs en pleine saison. »*

(Nouveaux chiffres sur le Littoral Tunisien, P49)

Sousse est la troisième ville tunisienne avec un nombre de 2155 d'hôtels et de restaurant qui présente pourcentage de 9% après Tunis (24%) et Nabeul (12%) de l'infrastructure hôtelières de la Tunisie.

**Parmi les hôtels balnéaires de Sousse nous pouvons citer :**

Hôtels	Classement	Présentation	photos
<b>Hôtel Mövenpick</b>	<b>05</b>	À Sousse, proche du centre-ville  Et directement sur la plage avec une vue panoramique sur la méditerranée.	 <p><b>Figure N°21:</b> hôtel Mövenpick <b>Source:</b><a href="http://www.airarin.ch/umedia1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.pdf">http://www.airarin.ch/umedia1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.pdf</a></p>
<b>Hôtel Club Marhaba</b>	<b>05</b>	Dans un parc abritant le complexe «Marhaba», directement en bordure de la plage, au cœur de la zone touristique de Sousse, pas loin de Port El Kantaoui.	 <p><b>Figure N°22 :</b> hôtel Marhaba <b>Source :</b> TripAdvisor</p>
<b>Hôtel Sousse palace</b>	<b>05</b>	Hôtel en bord de plage à Sousse avec 5 restaurants et un spa proposant des soins complets.	 <p><b>Figure N°23 :</b> hôtel palace sousse <b>Source :</b> TripAdvisor</p>
<b>Tour Khalef</b>	<b>04</b>	En bordure d'une plage de sable fin, dans un parc à l'entrée de Sousse.	 <p><b>Figure N°25:</b> Hôtel Tour Khalef <b>Source :</b> TripAdvisor</p>

<p><b>Hôtel Royal Kenz</b></p>	<p><b>04</b></p>	<p>Au coeur de magnifiques jardins, à 250 m de la mer et à 2 km de la marina animée de Port El Kentaoui.</p>	 <p><b>Figure N°26 :</b> hôtel <i>Royal Kenz</i> <b>Source :</b> TripAdvisor</p>
<p><b>Lorient palace resort and SPA</b></p>	<p><b>04</b></p>	<p>L'orient Palace Resort and Spa est un beau complexe en bord de mer, situé à Sousse, sur la coté tunisienne de la méditerranée</p>	 <p><b>Figure N°27:</b> l'orient Palace resort <b>Source :</b> hellohotel.tn</p>

### La station balnéaire port El-Kantaoui :

A quelques kilomètres de la ville de Sousse, se trouve le port el Kantaoui ; une marina qui est devenue l'une des plus importantes stations balnéaires de la Tunisie.

Surnommé «premier port-jardin de la méditerranée», cette station est construite dans un style tunisien avec une inspiration arabo-andalouse qui rappelle l'architecture du village de Sidi Bou Saïd avec ses ruelles remplies de pots de fleurs, :

**Tableau N° 09 :** Hôtels balnéaire à Sousse  
**Source :** fait par nous même

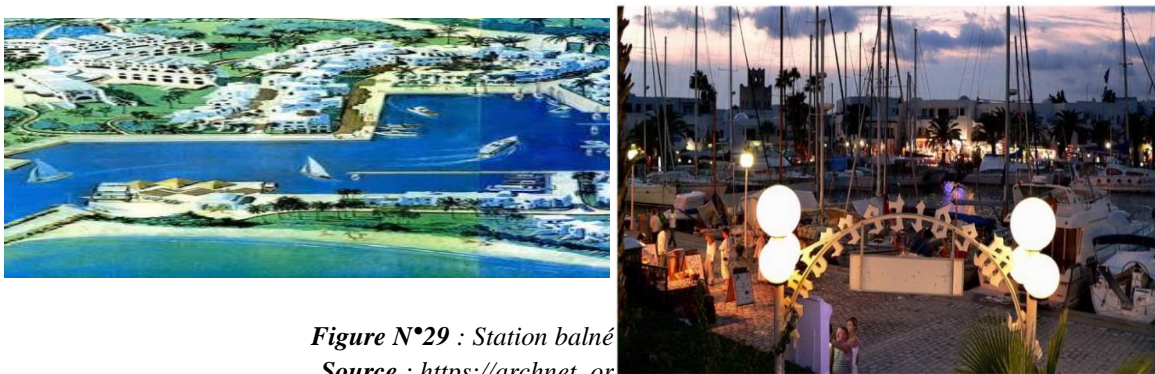


*aire, Port El  
yageloisir.tk*

## 1. Le projet de la station balnéaire :

C'est l'ancien président tunisien Habib Bourguiba qui a pris la décision de créer une station touristique intégrée sur 307 hectares dans la perle du Sahel Sousse, dans le but de développer le tourisme dans cette région.

L'étude du projet a commencé dès l'année 1971 sous la charge de la Compagnie Financière Touristique de Tunis dans la zone de Sidi El-Kantaoui. Les travaux ont été lancés l'année même sous la direction de l'architecte franco-tunisien Olivier-Clément Cacoub. Le port est creusé et plusieurs petits appartements et des maisons de mer ont été construits autour de lui. Il a ouvert ses portes en 1979. Un terrain de golf de a été aménagé sur un espace de 130 hectares en 1980.



*Figure N°29 : Station balnéaire de Sidi El-Kantaoui.  
Source : <https://archnet.org>*

## 2. Accès à la station :

- Par avion : à 20 kilomètres de l'aéroport de Monastir et à 130 kilomètres de l'aéroport de Tunis Carthage;
- Par autoroute : à 120 kilomètres de Tunis;
- Par bateau : de tous port méditerranéen, l'accès à EL KANTAOUI toute saison.

## 3. Le potentiel :

La station balnéaire el kantaoui regroupe un potentiel naturel riche et des moyens d'attractions qui font d'elle une destination par excellence, on cite :

### a. Le port de plaisance :

Port el Kantaoui est devenu une destination attrayante, un port de plaisance très fréquenté par une population mêlée de touristes et de tunisiens aisés, Tunisie Marina est situé

dans la ville de Sousse, Proximité à un aéroport signifie que cette marina accessible par voie aérienne.

Port El Kantaoui est un port de classe internationale qui peut recevoir 340 bateaux de toutes catégories sur un plan d'eau de 4 hectares.

(Société d'études et de développement de Sousse Nord, port el-kantaoui)



### b. Les plages :

Les plages jumelles de Port El Kantaoui se trouvent de chaque côté de la marina, chacune offrant un **sable doux blanc** et une bordée de palmiers. Les plages ont des parasols en chaume et transats où les touristes peuvent se détendre dans un endroit ombragé, en regardant l'eau cristalline avec sa teinte turquoise. Une fois reposé, il reste à choisir

Parmi un choix impressionnant de sports nautiques dans la marina de Port El Kantaoui : le jet ski, le ski nautique ou la planche à voile.

### c. Le Golf version luxe :

Au cœur de la station intégrée de Port El Kantaoui Golf Course est un parcours réputé, Construit en 1979, sur 103 Hectares en flanc de colline, le Golf d'El Kantaoui, domine la célèbre station d'El Kantaoui, le premier Port - jardin de la Méditerranée. Réalisé par une équipe internationale d'architectes. Il accueille de nombreuses compétitions, dont le tournoi annuel Tunisien Senior Open organisé chaque année.

(Guide touristique de Sousse, Tunisie cap voyage, 2015)

Golf El Kantaoui présente un

*Figure N°31: plage el Kantaoui*  
*Source : <https://www.wevomag.com/Voyage/a-port-el-kantaoui-la-vie-est-seabel/>*



**Figure N°32 : le golf à El kantaoui**  
**Source : <https://www.neckermann.be>**

paysage panoramique traduit par sa situation en s'étalant du bord de la mer à la montagne, embelli par des lacs parsemés à l'intérieur du parcours décorés par des fontaines lumineuses et entouré par une chaîne d'Hôtels de toutes catégories.

#### **d. Les équipements touristiques :**

##### **❖ Les hôtels :**

##### **1) Hôtel de luxe : Hôtel concorde Green Palace**

Situé au bord d'une magnifique plage de sable fin, à proximité directe de l'un des plus beaux parcours de golf 36 trous de la Tunisie et à quelques minutes de la marina de Port El Kantaoui - Sousse, Concorde Green Park Palace ouvre les portes de son majestueux et luxueux palais arabo-andalou, trônant au cœur d'un luxuriant jardin de 5 hectares où les palmiers règnent en maîtres autour de l'immense piscine et aux abords de la plage.

Agrémenté par ses jardins suspendus et pelouses étendus, l'hôtel mérite véritablement son nom.



Figure N° 33: Hôtel concorde

Source : TripAdvisor

##### **2) Hôtel avec parcours de golf à Port El Kantaoui : Hôtel Alhambra beach golf & Spa Port El Kantaoui :**

Le "El Mouradi Club Selima" est le club de référence de la station de Port El Kantoui grâce à ses multiples activités, équipements de loisirs et animations pour grands et petits. Implanté le long d'une plage de sable fin, au milieu d'un parc fleuri, il ravira autant les amateurs d'intimité, de calme et de bains de soleil que ceux qui rêvent de vacances actives et sportives.



Figure N° 34 : Hôtel El Mouradia

Source : <http://www.elmouradi.com>

##### **❖ Les complexes: Iberostar Kantaoui Bay**

Ce complexe tunisien est implanté à seulement 3 km de Port El Kantaoui, l'une des principales destinations touristiques du pays qui rassemble un port de plaisance et un parc aquatique. Et l'aéroport de Monastir est également très près.

#### ❖ Les Maisons des Jardins:

Les Maisons des Jardins sont implantées sur une grande place jardin garnie d'arbres et de fleurs paradisiaques, agrémentée par une fontaine musicale de 30 mètres de diamètre.

Ces maisons sont bâties sous une architecture typiquement Tunisienne arabo-mauresque : maisons blanches aux portes cloutées et fenêtres à moucharabieh (balcon fermé par un grillage) peintes en bleu.

#### ❖ Les Maisons de la Mer :

Les Maisons de la Mer sont situées autour du premier port jardin de plaisance de la Méditerranée : Port El Kantaoui, Elle offre une vue sur le port de plaisance et sur le golf, Conçues avec un même style arabo-mauresque.



**Figure N°35 :** Maison de la Mer  
**Source :** [Reserving.com](http://Reserving.com)



**Figure N°36:** Maisons des jardins  
**Source :** [www.hotelscombined.fr](http://www.hotelscombined.fr)

#### e. **Les centres de thalassothérapie :**

La station balnéaire el-Kantaoui dévoile trois(03) centres de thalassothérapie pour profiter de soins marins et en même temps que du soleil méditerranéen et de possibilités de loisirs et de découverte, alliant traditions tunisiennes et modernité.

([www.guide-thalasso.com](http://www.guide-thalasso.com))

Dont on trouve ([www.tourisme.gov.tn](http://www.tourisme.gov.tn)):

- ❖ Hasdrubal Thalassa & Spa: le centre de thalassothérapie d'une superficie de 5500

mètres carrés.

([www.trivago.fr](http://www.trivago.fr))

- ❖ El Mouradi Palm Marina: Le centre de thalassothérapie intégré à l'hôtel, équipé d'une piscine d'eau de mer, 30 cabines de soins, hammam, 2 saunas et une salle de fitness.

([www.viajesdesertrose.com](http://www.viajesdesertrose.com))

#### f. Le parc Hannibal :



Les dix meilleurs endroits à Port El Kantaoui, Le parc Hannibal, situé à Port El Kantaoui de Sousse permettant de découvrir la Marina, il est attirant par son manège agréable par différents jeu de loisir ainsi qu'il offre une très grande diversité de distractions.

#### g. Excursions pour les touristes :



*FiguresN° 37 et 38 : Bilder Hannibal Park  
Source: holidaycheck.at*



**Figure N°39:** cargo pirate  
**Source:** holidaywarehouse.co.uk

**Figure N°40:** train  
**Source:** holidaywarehouse.co.uk



**Figure N°41:** Shopping Center  
**Source:** TripAdvisor

## Synthèse

La ville de Sousse s'étend sur un territoire naturel recelant des richesses importantes et ce dans un climat méditerranéen favorable au développement des activités touristiques, et au rétablissement des malades. Ainsi, elle offre au voyageur les attraits du tourisme balnéaire et le charme des vieux quartiers historiques.

Pour le développement du tourisme dans cette ville plusieurs éléments sont mis en œuvre. En effet, Sousse compte un grand nombre d'infrastructures hôtelières touristique sur le littoral, constitue une bonde séparative (sépare la plage de l'intérieur de la ville). Elle regroupe aussi un nombre de centre de thalassothérapie au bord de la mer afin de profiter des éléments du milieu marin (l'eau et le soleil méditerranéen)

Parmi les stratégies de création d'attractivité touristique, la cote de Sousse est reliée à celle de Monastir par la création d'un parcours

## II.6. Exemples réussies des villes touristiques attractives:

### II.6.A. La ville de Barcelone :

# Barcelone : un exemple d'attractivité

## 1. Justification du choix :

Nous avons choisi d'analyser la ville de Barcelone d'une part en raison de sa situation sur le littoral méditerranéen ce qui est comparatif à notre cas d'étude (La ville d'Azeffoun) et d'autre part le tourisme est un secteur très développé dans la ville de Barcelone, ainsi elle constitue une source d'inspiration et un exemple riche en enseignement de manière à nous permettre de tirer les facteurs d'attractivité et de développement du tourisme.

### Espagne :

---

L'Espagne est un pays européen situé sur la péninsule ibérique et comprenant 17 régions autonomes à la géographie et aux cultures diverses.

Superficie	505 992 km <sup>2</sup>
------------	-------------------------

**Figure N°42:** carte d'Espagne  
Source : [www.touteurope.eu/pays/espagne](http://www.touteurope.eu/pays/espagne)

### **Barcelone :**

Barcelone (catalan et espagnol : Barcelona), est une ville du nord-est de l'Espagne et la capitale de la Catalogne. En termes de population et d'activités, elle est la deuxième ville du pays et la onzième ville la plus peuplée de l'Union européenne. Ayant été fondée par les Romains sur le littoral méditerranéen, elle est aujourd'hui une destination touristique majeure et jouit d'un patrimoine culturel unique.



### Administration

**Pays :** Espagne  
**Statut:** commune  
**Maire :** Ada Colau(2015-2019)

### Géographie:

**Superficie:**100,4 <sup>2</sup> km

### Démographie:

**Population:** 1 620 809 hab (2017)  
**Densité:** 16 144 hab/km<sup>2</sup>

Source des données : <http://www.barcelona.cat>

Le littoral barcelonais (Costa Barcelona) s'ouvre sur la méditerranée avec plus de 100 Kilomètres située entre la Costa Brava et la Costa Daurada.

(Collectif, Auzias. D et Labourdette. JP, 2015)

Il se compose de 3 parties :

- Costa Barcelona Sud.
- Le littoral de la ville de Barcelone
- Costa Barcelona Nord.

Le littoral de la ville de Barcelone (capitale) est  
Donc la partie du littoral Barcelonais comprise  
Entre la Costa Barcelona Sud et la Costa Barcelona  
Nord.

**Figure N°43 :** situation de la cote de Barcelone  
**Source :** (<https://www.be/sites/jestair/files/uplos/CostaBacelonaFR>)

## 1. Les atouts touristiques du Barcelone :



**Historique :** Barcelone est une ville historiquement riche. On y retrouve plusieurs monuments anciens datant jusqu'au Moyen-âge. Toutefois, une grande partie des monuments incontournables de Barcelone ont été créés par le célèbre architecte [Gaudi](#), un artiste dont le style est coloré et original.

## La Casa Mila

Créée par Gaudí au début du XXème siècle, la casa Mila est une grande villa à l'architecture insolite. La façade et les murs sont courbés et les détails arts déco font le charme de cette demeure.

## La Casa Batlló

La Casa Batlló fait partie de la liste des œuvres de Gaudí reconnues comme Patrimoine mondial de l'Humanité par l'UNESCO. Il s'agit d'un surprenant bâtiment rénové entre 1904 et 1906 qui se trouvent au numéro 43 de la promenade Paseo de Gracia.

**Figure N°44:** la Casa Mila  
Source :monumentsdebarcelone.com



**Figure N° 45:** La Casa Batlló  
Source :monumentsdebarcelone.com



**Figure N°46 :** la Sagrada Familia  
Source : <http://www.visiterbarcelone.info>



## LA SAGRADA FAMILIA

La Sagrada Familia est un édifice religieux créé par Gaudí en 1882. Chaque année, il attire des millions de touristes.

Sa construction continue toujours et la fin des travaux serait prévue pour 2026, date symbolique du centenaire de la mort d'Antonio Gaudí.

## Le Parc Güell

Le Parc Güell est un jardin public avec des détails architecturaux d'intérêt touristique, œuvre du génial architecte Gaudí. Les travaux ont commencé en 1900 et ont terminé en 1926. Tourisme oblige, même si l'entrée est gratuite, l'accès à la zone monumentale est désormais payante depuis octobre 2013.

### Musée Picasso

Dans le quartier de Born, le musée Picasso. Le musée expose 3500 œuvres peintes par l'artiste pendant son enfance. Beaucoup sont relatives à la ville elle-même, Le musée est d'une beauté car c'est un bâtiment qui est un ancien palais du style Gothique.



**Figure 48:** musée Picasso

Source : [Fodors Travel Guide](#)

**Culturels :** Barcelone, est depuis quelques années la ville par excellence des festivités. De nombreux événements culturels traditionnels sont célébrés. Jours fériés, événements religieux, ou traditionnels, c'est pour chacun l'occasion de défiler, d'assister à des feux d'artifices, le tout

### Le Festival Grec

Le Festival Grec de Barcelone est un théâtre international à ciel ouvert, où, la danse, la musique et le cirque sont les emblèmes. Cet événement historique, est devenu la principale attraction de l'été à Barcelone. Le festival tire son nom du théâtre grec antique, construit sur le mont Montjuic pour l'exposition Universelle de 1929. C'est aujourd'hui une icône dans les arts du spectacle.



**Figure N°49:** le festival Grec

Source : [barcelonaturisme.com](#)

### Le Revetlla de San Joan

Pour la nuit la plus longue de l'été, des feux s'allument dans les parcs des villes. C'est une célébration en hommage aux sorcières Espagnoles. Se déroule ensuite pendant 1 semaine différentes de fêtes religieuses. Les habitants ouvrent leurs maisons pour faire partager leur nourriture et chacun est le bienvenue. Une manière de se rendre compte de

l'accueil chaleureux des Catalans

## Fête de Gracia

En Août ce sont tous les quartiers de la ville qui ont leur fête. Dans chaque rue de somptueuses décorations sont disposées. Et, pour leur rendre hommage la plus belle des créations est récompensée par le Barcelona city hall. Mais ce n'est pas tout, des activités, des spectacles sont mis en place.

## Flamenco

**Barcelone**, étant la **troisième capitale du flamenco en Espagne**, est mondialement reconnue pour cette danse traditionnelle espagnole. Le flamenco est originaire d'Andalousie et se danse seul mais aussi en duo. Le flamenco comprend bien entendu de la danse, du chant accompagné par des airs de guitare et de claquements de main et de doigts. De plus, le flamenco fait partie du patrimoine culturel et immatériel de l'UNESCO.



**Figure N° 51** : fête de Gracia  
Source : [Barcelona Tourist Guide](#)



**Figure N°52**: la danse flamenco  
source : <http://barcelona-home.com>

**Balnéaire** : Parler de Barcelone, c'est parler de la Méditerranée et d'une longue tradition maritime qui remonte à l'époque romaine. Barcelone a vécu de la mer et pour la mer, grâce à laquelle elle continue d'être un lieu de rencontres culturelles, un espace ludique ouvert à tous, plein d'atouts et offrant une large gamme d'infrastructures et d'activités adaptées à tous les publics et tous les âges. Le littoral de la ville de Barcelone présente de nombreuses attractions touristiques réparties sur ses différentes composantes : ports, plages, etc....

### a. Les plages : Ou se baigner à Barcelone ?

La ville de Barcelone possède sept plages autorisées à la baignade qui s'étendent sur une longueur de plus de 4,5 kilomètres, elles sont toutes situées dans les quartiers Sant-Marti et Ciutat-Vella dont :

- **Barceloneta** : Elle s'étire du port olympique de Barcelone au quartier du même nom. Parfaitement équipée avec des douches et toutes sortes de services habituels pour les plages de ville. Elle est composée de deux plages à ses extrémités: une près du port olympique avec la plage de Paseo Marítimo et l'autre proche du Port de Barcelone, c'est la plage de San Sebastiá. La plage de la Barceloneta est une des plages préférées des catalans et des touristes.
- **Nova Icaria** : C'est la plage qui est à côté du port olympique de Barcelone. La promenade va jusqu'à la zone de la Barceloneta. Près de la plage il y a une esplanade avec les bancs en pierre face à l'horizon. Elle est considérée comme une des plus silencieuses dans la ville, fréquentée la plupart du temps par des familles avec leurs enfants.
- **La Nova Mar Bella** : Sa promenade s'étire jusqu'à la Barceloneta. C'est la plage préférée des femmes qui y sont majoritaires à plus de 60%. Très bien équipée avec douches, maître-nageur, bars, parking...
- **La plage de Bogatell** : Cette plage est très proche du port olympique, elle est séparée des deux autres plages voisines par deux brise-lames en pierre. Service de maître-nageur, douches, rampes d'accès, bars, restaurants, parking... Bref c'est très pratique pour s'y rendre.
- **Plage de Paseo Marítimo or Llevant** : La plage de l'autre côté du Port Olympique. Séparée de la plage de la Barceloneta par un brise-lames. Il y a un poste de sauveteurs, des tables de ping-pong, des jeux pour enfants. La plage est très large et va jusqu'à la promenade.

### **b. Le Port de Barcelone:**

Il s'agit d'un port fortement diversifié, il regroupe en réalité cinq ports en un : port commercial, port de croisière, port logistique, port énergétique et port citoyen (Port Vell) (Dossier de presse de Barcelone, 2016). La majorité des attractions touristiques du littoral de la ville de Barcelone se concentrent dans ces ports.

#### **Le Port en chiffres :**

- 32 000 emplois.
- Premier port de l'État espagnol en chiffre d'affaires et en valeur de marchandises.
- 77% des secteurs d'activité de la Catalogne sont clients du Port.
- En valeur de marchandises, le Port draine 73% du commerce extérieur maritime de la Catalogne et 24% du commerce extérieur maritime espagnol.
- 61 milliards d'euros de marchandises ont transité par le Port en 2015.

#### **➤ Le port commercial :**

Barcelone dispose de deux grands terminaux de conteneurs (**TCB et BEST**), tous deux agrandis récemment pour atteindre une capacité totale annuelle de 5 millions d'EVP (unité de mesure équivalente à un conteneur de 20 pieds).

#### **➤ Port énergétique :**

Le Port de Barcelone joue également un rôle clé dans la réception, le stockage et la distribution des ressources énergétiques du pays. Le **quai de l'Énergie** est l'un des principaux points de déchargement et de distribution par canalisation du gaz naturel en Espagne. Il centralise en outre la réception et la distribution d'essence, de gasoil et de biodiésel du secteur automobile.

#### **➤ Port logistique :**

Le Port de Barcelone a été pionnier dans le développement de services logistiques liés à l'activité portuaire. La ZAL (**Zone d'Activités Logistiques**) du Port de Barcelone est un centre intermodal desservi par tous les modes de transport dans un rayon de moins de 5 kilomètres. Elle propose à ses clients des services à la carte en leur louant des entrepôts construits sur mesure, et son Service Center lui permet de satisfaire tous les besoins annexes.

➤ **Port de croisière :**

Avec **2,7 millions de passagers de croisière** par an, Barcelone est le premier port de croisière de l'Europe, et il occupe la quatrième place mondiale en tant que port base. Il dispose de **6 terminaux maritimes** exclusivement réservés aux croisières et tous équipés de services de premier ordre et pouvant accueillir les navires de grande taille.

Selon une étude de l'Université de Barcelone, l'activité de croisières de la capitale catalane génère un chiffre d'affaires total de 796 millions euros et contribue au Produit Intérieur Brut (PIB) de la Catalogne à hauteur de 413,2 millions euros par an. En concret, l'arrivée de croisières au Port de Barcelone suppose un chiffre d'affaires quotidien de 2,2 millions euros en Catalogne et permet de maintenir 6.759 emplois.



**Figure N°53:** Port de croisière de Barcelone

**Source :** (<https://www.barcelona-tourist-guide.com/fr/transport/portcroisieres-barcelone.html>)

➤ **Port citoyen (Port Vell) :**

Port Vell est le port urbain de Barcelone, un port ouvert aux citoyens. Il est reconnu dans le monde entier comme un exemple d'intégration port-ville. C'est l'un des espaces préférés des Barcelonais et des touristes ; pour preuve, ses 17 millions de visiteurs annuels. Le succès remporté par Port Vell a permis aux citoyens de mieux connaître le Port de Barcelone et de s'approprier cet espace dont ils se sentent désormais proches.



**Figure N°54** : port vell  
Source : <http://barcelona-home.com>

Les **70 hectares** du Port Vell concentrent divers équipements de loisir et services répartis sur 5 espaces:

i. **La zone d'affaires** : elle comprend le World Trade Center Barcelone, un complexe de Bureaux. Il constitue une attraction importante pour les touristes d'affaires. A cet effet il abrite des bureaux de location et un centre de conférences, de conventions et de réunions avec 20 salles offrant de superbes vues sur la mer, ainsi que d'autres services multiples (restaurants, pharmacie, agences bancaires, des services de photocopie, etc...).

(www.alfatorres.es)



**Figure N°55:** World Trade Center Barcelona  
**Source:** [Meetingsbooker](https://www.meetingsbooker.com)

- ii. **La zone culturelle et de formation:** s’y trouvent le musée Maritime et le musée d’histoire de la Catalogne, deux références culturelles pour la ville.



**FigureN°56 :** musée maritime de Barcelone  
**Source :** <https://www.shbarcelona.fr>



**Figure N°57 :** musée d’histoire  
**Source :** [it.dreamstime.com](https://www.it.dreamstime.com)

- iii. **La zone commerciale et de loisir:** elle comprend, entre autres, le centre commercial Maremagnum ; l’Aquarium ; l’hôtel Grand Marina et l’Hôtel W ; et une offre variée de lieu de restauration.

iv. **La zone sportive et maritime:**

Elle compte trois marinas :

- le Reial Club Marítim,
- le Reial Club Nàutic
- la Marina Port Vell, et une nouvelle en construction, destinée aux embarcations nautiques et sportives.

#### v. **Activités portuaires et nautiques:**

Avec le quai de Pescadors en cours de réhabilitation dans le but d'organiser la zone afin de l'équiper avec des installations modernes et performantes, qui permettent de combiner les activités de pêche avec les besoins des usagers; un chantier naval de réparation et remise en état de superyachts, Marina 92; et un centre nautique spécialisé en réparation et entretien d'embarcations jusqu'à 35 mètres, le Barcelone Nautic Center.

#### c. **Le nouveau port olympique de Barcelone, une attraction pour les sports nautiques :**

Le port olympique à Barcelone, lieu incontournable pour les loisirs de tout âge, articulés autour de la mer. Ce port de plaisance s'inscrit parmi les lieux les plus fréquentés des Barcelonais. Une peau neuve qui a permis à la ville de s'ouvrir à la mer.

En 1992, avec les Jeux Olympiques, Barcelone s'ouvre sur la mer et provoque des bouleversements urbanistiques. Le résultat est une réussite. Les anciens terrains industriels sont métamorphosés et un nouveau quartier surgit : le village olympique.

Le sport nautique est l'activité principale du port il possède 740 places d'amarrages (de 7,35 mètres de longueur) et offre un grand nombre de magasins nautiques, de restaurants et d'autres services annexes (centres commerciaux, cinémas, casinos, ...), il compte environ 85 établissement commerciaux.



**Figure N° 62 :** Port Olympique  
<https://www.vacancesespagne.fr/Barceloneta/articles/la-barceloneta-et-le-port-olympique-de-barcelone>

## 2. **Les équipements touristiques :**

### a. **Hébergements :**

Barcelone dispose d'une forte capacité hôtelière, elle compte 515 hôtels dont les majorités sont classés en catégorie de 4 et 5 étoiles (Haut standing), soit un total de 45275 chambres et Plus de 89400 places. ([www.barcelonaconventionbureau.com](http://www.barcelonaconventionbureau.com))

Catégories	Hôtels	Chambres	Places
5 GL	19	2723	5466
5	20	2828	6233
4 S	32	4609	9167
4	182	20102	40092
3	144	9750	18917
2	63	3353	6625
1	52	1569	2982
<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>45275</b>	<b>89482</b>

**Tableau N°11:** La capacité d'accueil hôtelière à Barcelone

Source : <http://www.barcelonaconventionbureau.com>

### Enquête sur l'occupation des hôtels :

Unité: Milliers

Années	2017			2018		
	Mai	juin	Juillet	Mai	Juin	Juillet
Voyageurs	9.840	10.608	11.810	10.005	10.859	11.686
Nuitées	31.546	36.550	43.651	31.954	36.198	42.698

**Tableau N°12 :** Occupation des hôtels durant l'été (2017/2018)

Sources : [http://ine.es/en/prensa/eoh\\_tabla1\\_en.htm](http://ine.es/en/prensa/eoh_tabla1_en.htm)

### **b. Transport :**

Les principales infrastructures de transport à Barcelone :

- L'aéroport international de Barcelone-El Prat
- La gare ferroviaire Saints de Barcelone
- La gare routière Barcelona Nord.

**Le métro** : La capitale catalane compte 11 lignes de métro, Dont 8 gérées par la Mairie et 3 autres par les Ferrocarrils De la Generalitat (FGC), formant un réseau de plus de 123 kilomètres, avec plus de 165 points d'arrêts. Les métros Sont facilement identifiables grâce à leur numéro ou Leurs couleurs. Ils circulent de 5h du matin à minuit en Semaine. Pendant le weekend, les horaires sont plus flexibles : Jusqu'à 2h du matin vendredi et toute la nuit du samedi.



Source : [Barcelona Tourist Guide](#)

**Le bus** : Barcelone compte un réseau d'autobus très dense qui dessert la quasi-totalité de la ville. Ils commencent à circuler de 6h du matin à 22h, et passent toutes les 5 à 20 minutes. La nuit, ce sont les bus nocturnes (Nit Bus) qui prennent le relais. Ceux du matin. Semaine.



Source : [Barcelona Tourist Guide](#)

**Le tramway** : Le réseau de tramway à Barcelone est composé de 6 lignes, dont 3 lignes pour le Trambaix et 3 autres pour le Trambesòs, avec des points de départ différents. Le tramway de Barcelone dessert les principales zones industrielles, centres commerciaux et quartiers résidentiels de la capitale catalane. Il est opérationnel de 5h du matin à minuit en semaine et jusqu'à 2h du matin les vendredis et samedi. Source :



[Barcelona-Home](#)

**Les rodalies (trains de banlieue)** : ces trains disposent de plusieurs arrêts, notamment en centre-ville. C'est la meilleure solution pour se déplacer à Barcelone pendant les heures de pointe.



[Barcelona-Home](#)

### c. La gastronomie :

Barcelone est à découvrir culinairement parlant pour la richesse des types de cuisine qu'on y trouve. Une ville tout d'abord réputée pour sa nouvelle cuisine qui depuis une vingtaine d'années a largement influencé les chefs d'aujourd'hui.

Une créativité qui a entraîné le renouveau de la cuisine méditerranéenne qui est de moins en moins classique. Une ville enfin qui s'est ouverte aux autres grandes tendances actuelles comme celle de la cuisine végétarienne très bien représentée aujourd'hui, Ou comme celle de la cuisine internationale c'est-à-dire la cuisine de tous les pays du monde.

**La Fonda del Port Olimpic** :est un restaurant de fruits de mer. Ouvert en 1994, ce restaurant spacieux et animé est connu pour servir des fruits de mer frais à **des prix très abordables**. On y propose un **menu du jour** comprenant une entrée, un plat principal et un dessert pour seulement 11€, pour 1,5€.



Source : Barcelona Turisme

[Agua](#) : restaurant du groupe Tragaluz, Agua est un restaurant de fruits de mer moderne dominant la plage de Sant Sebastià. Les prix sont assez élevés, comptez entre 18 et 22 euros pour une paella mais vu l'emplacement il ne fallait pas s'attendre à moins.



La nourriture est fraîche et simple et l'ambiance y est charmante et relaxante, particulièrement lors d'une soirée d'été.

Source : [BarcelonaTurisme](#)

[Xup Xup](#) :Avec une terrasse installée directement sur le sable, ce restaurant est l'endroit parfait pour profiter du soleil le midi ou pour respirer le bon air marin du



soir.

### Synthèse :

L'attractivité touristique balnéaire de la ville de Barcelone doit sa réputation et son efficacité à plusieurs facteurs dont :

Le secteur des croisières (port de croisière), qui est le facteur de base.

Le nombre et la qualité des infrastructures hôtelières (un nombre important dont la majorité de catégorie 4 et 5 étoiles).

Les équipements et les activités sportives et de de loisirs : Port olympique, aquarium, centre commercial, centre d'affaire,...

La qualité des plages (services, équipements et autre installations).

Ainsi, nous pouvons déduire que l'attractivité touristique s'est développée dans la ville de Barcelone grâce à ces facteurs, cependant, elle doit tous son développement à une stratégie visée créée par un événement international qui est les jeux olympiques de 1992. La reconquête de friches industrielles et portuaires a favorisé l'orientation de la politique de la ville vers une politique de développement touristique.

## Conclusion

Le concept du tourisme par sa diversité et sa complexité englobe plusieurs formes et pratiques et influence plusieurs domaines comme l'économie et la culture qui semble être les plus bénéfiques de ce secteur et cela grâce à sa capacité d'attirer un très grand nombre de visiteurs et touristes créant une dynamique commerciale et économique. Le tourisme balnéaire (littoral), constitue l'une de ses formes les plus répandues et les plus anciennes dans le monde mais aussi la plus développée grâce au flux important qu'elle attire.

Aujourd'hui, le tourisme semble être mieux maîtrisé grâce au développement de l'offre touristique (hébergement, transport, services) d'où il ne reste pour le touriste que de choisir sa destination selon son propre gré. Ce choix dépend en réalité de l'attractivité.

### III. Etude de cas : la région d'Azeffoun

#### Introduction au chapitre :

Située dans la Grande Kabylie, la Wilaya de Tizi-Ouzou prend son origine du mot Kabyle « Tizi-Azzou » qui signifie « col des genêts » pour être couverte par ces fleurs et les côtes des montagnes. Elle occupe 21 Daïra et 67 Communes dont le chef-lieu se situe à la commune de Tizi-Ouzou totalisent une superficie de 3568 Km<sup>2</sup> avec une population avoisinant les 1.127.166 habitants soit une densité de 308,57 hab. /Km<sup>2</sup>.

De par la variété de ses richesses naturelles, la wilaya de Tizi-Ouzou est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme culturel, balnéaire (région côtière) et climatique (région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale. La potentialité naturelle la plus importante est sans conteste le massif de Djurdjura, avec Lala Khedidja, son sommet le plus haut (2308 m).

La wilaya dispose d'un riche patrimoine archéologique dont une grande partie se trouve dans la zone côtière de Tizirt et Azeffoun qui s'étale 85Km. Ainsi dans notre travail de recherche nous avons opté à l'étude de la zone côtière d'Azeffoun.

A travers ce chapitre nous essayerons d'établir un diagnostic territorial touristique pour une région balnéaire « Azeffoun » de la Wilaya de Tizi-Ouzou. Ce diagnostic nous permettra d'analyser la situation touristique existante de la région étudié (Azeffoun) ou nous essayerons d'analyser l'attractivité et la touristicité de ce territoire afin de proposer des stratégies pour rendre Azeffoun, une destination plus attractive.

### III.1. Présentation d'Azeffoun :

#### A. Historique :

##### Histoire Ancienne

La présence de l'homme sur le territoire remonte à la préhistoire comme témoigne les dolmens allée couvertes dans le village d'Ait Arhouna. En effet le nom d'Azeffoun viendrait du mot berbère « **Uzzaf** » qui désigne une colline de forme conique isolée. Cette colline, de part sa position stratégique, a d'abord été occupé par les phéniciens qui ont établi un comptoir qu'ils ont dénommé « Ressipissir ». Les romains prirent pied dans la région à l'époque de l'invasion de l'Afrique du nord. Ils établirent un municipes important qu'ils nommèrent « **Ruzazus** », ce qui veut dire « Grand Cap » ou « Cap Escarpé ». C'est sur les ruines « Ruzazus » que sera construit le village Kabyle Thaddarth Ouzeffoun, Village qui a donné son nom pour toute la région.

A la chute de l'Andalousie en 1492, des familles chassés d'Espagne par la reconquista ont trouvé refuge dans la région d'Azeffoun, ou ils ont fondés un village qui portait leur nom « Ath Webdlous » qui veut dire les Andalous. On constate aussi la présence d'un autre village qui porte le nom des origines de ces habitants les Germains, ce village qu'on nomme « Ijjaminen » la légende qu'il y bien longtemps un bateau de Germain a fait naufrage au large d'Azeffoun. Sans possibilité de repartir et conquis par le charme de la région, les occupants du bateau se sont installés sur la côte et se sont Kabylisés au fil du temps.

##### Présence Française 1830-1962

L'actuelle ville d'Azeffoun a été édifiée par les français aux environs de 1870. Village de colonisation, dénommé « **Port Gueydon** »

En hommage à l'Amiral Comte Louis Henri de Gueydon – Gouverneur général de l'Algérie (d'avril 1870 à juin 1873), à l'Amiral Comte Louis Henri de Gueydon édifiait un port dans la région d'Azeffoun qui portera son nom. Jusqu'à la fin du siècle ou Mercier édifia la première commune mixte : Port Gueydon Département d'Alger, puis de Tizi-Ouzou, arrondissement d'Azazga après 1958. Parmi les colons qui y vivaient, on comptait 367

familles (Françaises, des Italiens, des Maltes, des juifs et des Espagnoles). En 1880 le village maritime est érigé en commune de plein exercice.

## B. Données physique et Administrative :

**Azeffoun** : (anciennement Port-Gueydon), est une commune algérienne, ville côtière de la wilaya de Tizi-Ouzou, située à 70 km au nord-est de Tizi-Ouzou et à 95 km à l'ouest de Bejaïa.

Administration	
Pays	Algérie
Région	Kabylie
Wilaya	Tizi-Ouzou
Daïra	Azeffoun
Président de l'APC	Hacene Ouali (2017-2022)
Démographie	
Population	17 935 hab. (2008)
Densité	142 hab. /Km <sup>2</sup>
Géographie	
Superficie	126.66 Km <sup>2</sup>

### Délimitation :

**Au nord** : Mer Méditerranée.

**A l'Est** : Commune Ait Chaffaa.

**A l'Ouest** : Commune Iflissen et Aghribs.

**Au Sud** : commune Akerrou.

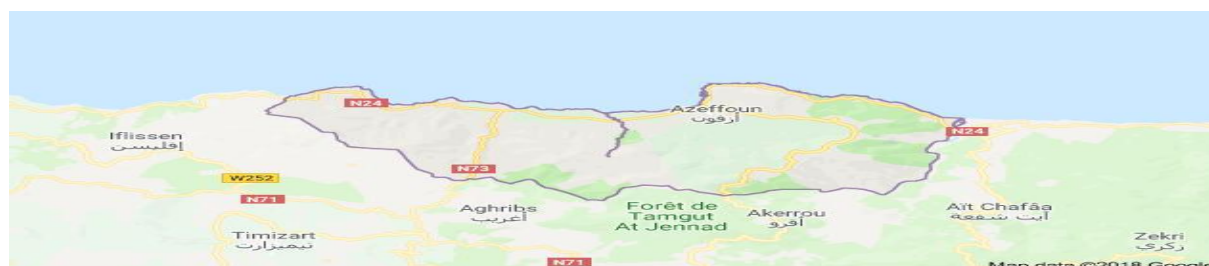
**Linéaire maritime** : 27,47 Km.

**Nombres de Villages** : 52 villages sont disséminés à travers le territoire de la commune.

**Tableau N°13** : données spécifique à Azeffoune

**Source** : Monographie de la commune d'Azeffoun (Année 2016)

La commune d'Azeffoun est une région côtière de la Wilaya de Tizi-Ouzou, se situant à 170km à l'est d'Alger, dont le chef-lieu de la daïra du même nom, distance d'environ 65 Km du chef-lieu de la Wilaya et à 82 Km du chef-lieu de la Wilaya de Bejaia. Issue du



découpage administratif de l'année 1984, elle comporte 52 villages qui s'étendent sur une superficie de 126.66 Km<sup>2</sup>.

**Figure N°63** : la carte d'Azeffoun

### C. Analyse du milieu physique :

#### a. Topographie :

La région d'Azeffoun se présente sous forme de montagnes relativement élevées. Ce domaine montagneux se caractérise par des lignes de crêtes qui se présentent sous formes de croupes montagneuses disposées perpendiculairement à la mer. Par des falaises ayant des dénivellations très importantes qui atteignent parfois 20m.

#### b. Relief :

Dans sa grande partie, la région se caractérise par un relief montagneux, l'altitude moyenne est de 650 m. les plaines occupent un espace d'une superficie importante.

#### c. Massif d'Azeffoun :

Il limite la chaîne côtière pas l'Est à un relief très accidenté. Le massif d'Azeffoun et la Zone montagneuse sont couverts par des forêts de chêne liège avec de petites plaines entre elles. Cela offre un relief intéressant, attractif pour les touristes. On peut citer : la forte TAMGOUT d'une altitude de 1218m et la forêt AZZOUZA avec une altitude de 1084m.

*La possibilité de chasse dans ces forêts constitue une autre potentialité naturelle touristique.*

#### d. Bande côtière :

La bande côtière se situe entre Oued M'LETA et la limite de la wilaya de Tizi-Ouzou ainsi que la limite de Bejaia. La région est dotée d'une belle côte rocheuse escarpée par endroits animés par des falaises déchiquetées et sculptés par l'érosion marine formant une série d'arcs, de cercles, le long desquels on trouve de petites et belles plages composées de sable fin et doré.

#### e. Climatologie :

Le climat demeure le paramètre essentiel pour la pratique de l'activité touristique. Le climat d'Azeffoun est soumis à l'influence de climat méditerranéen de type humide caractérisé par l'opposition des deux saisons distinctes : Un hiver Frais et Humide ; été chaud et sec.

La région est caractérisée par son confort climatique, qui se définit par l'association de la température et de l'humidité. La période de confort climatique coïncide avec celle déterminée par les températures agréables, c'est-à-dire supérieurs à 20°C. La saison

balnéaire correspondrait donc aux mois de Juin, Juillet, Aout, Septembre et voir même Octobre.

#### **f. Le Milieu Biotique :**

##### **❖ La Flore :**

La zone est principalement forestière. Le patrimoine forestier couvre 12.159 Ha soit un taux de boisement de 37%, il comporte deux grands ensembles, la région côtière constituée par le reboisement industriel et la région montagnaise constituée de chêne liège zens et pin.

Les principales forêts sont les suivantes :

**La forêt de Tamgout**, est d'une superficie de 3.671 ha de condition forestière un peu moins bonne pâturée, en moins bon sol, 6/10 chêne-liège, 4/10 zéen et afares.

**La forêt d'Azouza**, est d'une superficie de 2.157ha avec 8,5/10 de chêne-liège, dense (300 à 500 chênes-lièges), se régénérant bien ou assez bien.

**La forêt de tigrine**, est d'une superficie de 1.000 ha, futaie de chêne-liège, vieillie déperissante sur près de 50 hectares.

**La forêt de Taksbet**, est d'une superficie de 1.200 ha avec 8/10 de chêne-liège – Futaie jardinée, vieillie sur 300 hectares, se régénérant mal.

##### **❖ Faune :**

Vue la couverture forestière qui règne sur la région d'Azeffoun, les espèces existantes sont alors, le lièvre, la perdrix et le sanglier. Des espèces vivant en forêts et maquis, ajoutant à cela, la tourterelle des bois qui demande un habitat forestier et le lapin qui préfère un Habitat plus ouvert.

Concernant la faune maritime, elle est très riche. Le poisson le plus connu dans commune est ; la sardine, le mérou, le sar, le mérou, le brochet, le canari, ma mistelle et la bonite ainsi que

d'autres poissons d'eaux de mer. D'ailleurs la faune d'Azeffoun est très riche à tel point que la production halieutique peut satisfaire les besoins de toute la population de la région.

#### D. La population :

La population totale de la commune d'Azeffoun est évaluée à 17.935 habitants selon le RGPH de 2008.

Selon l'annuaire statistique de 2010 de la wilaya de Tizi-Ouzou, la population totale de la commune d'Azeffoun est évaluée à 17.016 habitants. Cette régression comparativement à l'année 2008 peut s'expliquer par le phénomène d'exode et d'émigration interne et externe que subit la région.

Selon cet annuaire, la population se répartie comme suit :

Commune	Total	Population urbaine	%	Population rurale	%
<b>Azeffoun</b>	17.016	6.258	36,78	1.0758	63,22

**Tableau N°13 :** Répartition de la population par armature urbaine  
**Source :** l'annuaire statistique de 2010 de la wilaya de Tizi-Ouzou

Les chiffres montrent que la plupart de la population d'Azeffoun est rural totalisant 63.22 %.

Commune	Total habitant	Masculin	Féminin
<b>Azeffoun</b>	17.016	8.582	8.434

**Tableau N°14 :** Répartition de la population par sexe  
**Source :** l'annuaire statistique de 2010 de la wilaya de Tizi-Ouzou

La lecture de tableau permet de dire qu'en termes de répartition de population par sexe, un équilibre entre les deux sexes (masculin et féminin) est constaté.

## E. Les différents secteurs d'activités :

### 1. Secteur de l'agriculture :

Désignation	Superficie en ha
Terre nues	1897.95
Plantations	454.05
SAU (Surface Agricole utile)	2352
Pacages et parcours	550
Terres improductives des exploitations agricoles	397
Superficie totale des terres utilisées en agricultures	3299
Bois, forets et maquis	7718
Terres non affectées à l'agriculture	1649
Total des terres cadastrées	12666

**Tableau N°15:** Répartition générale des terres

Source : monographie d'Azeffoun 2016

### 2. Secteur de la pêche :

Le secteur de la pêche à Azeffoun dispose de deux organismes d'administration, à savoir, l'antenne de pêche et de la chambre de la pêche et de l'aquaculture de la wilaya de Tizi-Ouzou.

#### Capacité d'accostage :

- 01 bateau commercial (3000 T),
- 05 chalutiers,
- 15 sardiniers,

### 3. Secteur de l'industrie :

Dans la région d'Azeffoun, l'activité industrielle est faiblement représentée. Le nombre de PME est de 459. Il existe une zone d'activité à Azeffoun avec une superficie de 108.670m<sup>2</sup> elle est située à l'entrée ouest (02 Km de la ville), elle est composée de 75 lots, totalement viabilisés. Elle est entièrement dédiée à la PMI/PME.

Mais seuls trois entreprises sont opérationnelles :

- Biscuiterie « Biscal »
- Minoterie de farine « Grand bleu »
- Fabrication de marbre.

### 4. Secteur de la Santé :

Le secteur sanitaire d'Azeffoun couvre cinq (05) communes réparties sur une superficie de 384,10km, et touche une population de 81.111 habitants :

<b>Commune</b>	<b>Nombre d'habitants</b>	<b>Superficie (Km<sup>2</sup>)</b>
<b>Azeffoun</b>	17.935	126,66
<b>Aghribs</b>	15.131	65,12
<b>Ait Chaffa</b>	4.501	85,49
<b>Akerrou</b>	5.702	41,75
<b>Timizart</b>	37.935	126,66

### Infrastructures du secteur Sanitaires :

- 01 hôpital de 60 lits côté d'un bloc opératoire et de plusieurs spécialités.
- 01 hôpital de 28 lits.

## 5. Secteur commercial :

### ❖ Professions libérales :

Médecins généralistes ,Chirurgiens-dentistes ,Pharmaciens ,Vétérinaire ,Crèches pour enfants ,Cabinets d'avocats ,Bureau d'études architecturales ,Agences immobilière, Comptables , Ecrivains publics : Traitements des textes, photocopies, reliures.

-**Marché hebdomadaire (JEUDI) :** superficie (approxime) 2500m<sup>2</sup>.

### ❖ Services étatiques :

- 01 Agence d'assurance (SAA),
- 01 banque (BADR),
- 01 bureau de poste,
- 01 agence ADE,
- 01 agence CNAS,
- Agence contrôle médical,
- Agence CASNOS.

## 6. Secteur touristique :

Azeffoun recèle d'appréciables potentialités touristiques, et constitue de part sa vocation une station balnéaire importante.

### III.2. Les potentialités touristiques d'Azeffoun :

La région d'Azeffoun recèle d'énormes potentialités touristiques et constitue un espace où l'offre naturelle est exceptionnelle par la richesse et les opportunités dont dispose ce site (plages, forêt, ruines,...). Elle comporte plusieurs sites archéologiques, historiques et religieux. De ce fait, elle offre un intérêt culturel spécifique à cette région et constitue de part sa vocation, une station balnéaire importante.

#### 1. Historique :

La région d'Azeffoun est très riche par un potentiel historique et archéologique notamment les espaces forestiers qui couvrent une grande partie de la région et créent une autre ambiance pour le tourisme.

##### a. Les ruines romaines de Thadareth Ouzeffoun :

Les ruines romaines de Thadareth Ouzeffoun s'étalent sur plusieurs hectares. C'est vestiges de l'antique ville Appelée « Ruzazus ». Les romains y ont édifié une Grande cité avec des thermes, des châteaux d'eaux, un Fortin dont reste de grands pans de murs. C'est un site Très important qui peut faire l'objet de classement Comme patrimoine national.

##### b. Les allées couvertes d'Ait Rehouna :

Ces Allées couvertes sont des vestiges protohistoriques Datant de la préhistoire aux environs de 3000 ans avant J.C. et prouvent une présence humaine importante en ces temps reculés. Ils sont au nombre de huit (08). C'est des Sépultures collectives ■ constituant une nécropole littorale formée d'énormes ■ pierres soigneusement taillées et sont disséminées sur plusieurs sites géographiquement éloigné



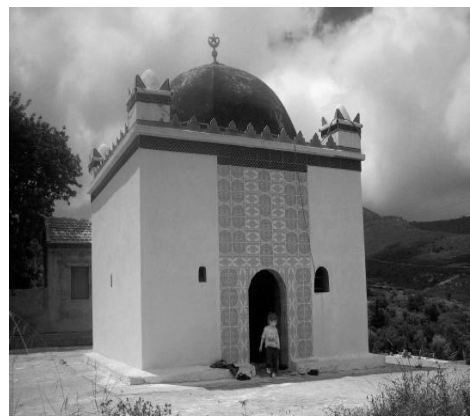
### c. Les villages traditionnels :

Les villages traditionnels sont les villages de la région Encore habités ou non, qui ont gardés l'architecture Traditionnelle Kabyle. On peut les considérer comme des Sites historiques culturelles à visiter. On peut citer : Ait Rehouna, El Kleaa, Achouba, Ibdassene Ait hammad.



### d. Les sites religieux :

La daïra d'Azeffoun comporte un nombre important de Mekamats et lieux saints répartis sur son territoire, une Zaouïa (école coranique) Zaouïa « Sidi Moh'ali Oulhadj Nait Oumeziane » située au village de Tifriith N'ait el Hadj Commune d'Akerou, des cimetières chrétiens et juifs qui datent de la période coloniale.



## 2. Culturelle :

La région d'Azeffoun a enfanté des personnalités au destin national, certain noms ont dépassés les frontières du pays. Azeffoun a beaucoup donné au mouvement national, à la chanson, au théâtre, la peinture, la musique, le cinéma ainsi qu'au sport.

On peut citer quelques noms comme : M'hamed ISSIAKHAM, Mohamed IGUERBOUCHEN, Hnifa, Hadj Mhamed el Anka, Boudjamaa El ANKIS, Tahar DJAOUT, Mohamed HILMI et autres personnes qui ont vraiment leur apport soit dans la musique, la peinture ou autre.

### 3. Balnéaire :

Azeffoun dispose d'un port et de nombreuses plages autorisées à la baignade, celles qui sont en cours d'étude et d'autres qui sont interdite à la baignade dont on cite :

Il existe quatre plages à Azeffoun :

#### a. La plage Azeffoun :

S'étale sur plus de 1 Km à tendance

à répondre aux besoins balnéaires

D'agglomérations.

- 01 parking de stationnement,
- Une plateforme commerciale,
- Bloc sanitaire.



#### b. La plage « Caroubier » :

Elle est à proximité de l'agglomération elle sera complètement réaménagée et accueillera les équipements suivants :

- 01 espace de détente,
- 02 espaces de jeux pour enfants,
- 20 boutiques,
- 20 restaurants,
- 05 cafétérias.



### c. la plage « Petit Paradis » :

Une plage avec un sable dorée, s'étale à 1Km. Sa superficie est de : 73800 m<sup>2</sup>. Elle contient :

- Surface parking,
- 2 plates-formes commerce,
- 7 plates-formes sanitaires,
- 1 plate-forme P/Police,
- 1 plate-forme P/civile,
- 03 solariums.



### d. La plage « Sidi Khelifa » :

Elle est caractérisée par son sable de Bonne qualité. Sa superficie est de : 84000 m<sup>2</sup>. Elle contient :

- Surface parking,
- 2 plates-formes commerce,
- 10 plates-formes sanitaires,
- 1 plate-forme P/Police,
- 1 plate-forme P/Civile.
- 2 solariums.



04 autres plages sont en phase d'études pour leurs aménagements :

- Plage Acherchour,
- Plage M'latha,

### Le port d'Azeffoun :

C'est un port qui a été construit sur les dernières traces du vieux port « Gueydon », géré par l'entreprise de gestion des ports de pêche de Bejaia à partir de l'an 2000.

Le port d'Azeffoun est un port à double vocation pêche et commerce.



Longueur total de quais : 548 ml, dont :

- Quai d'armement et maintenance : 108 ml ;
- Quai de commerce : 135 ml ;
- Quai de pêché ; 260 ml ;
- Quai de carburant : 45 ml.

**Figure N°65** : port d'Azeffoun  
**Source** : photo prise par nous même

### III.3. L'analyse de l'offre et de la demande :

#### III.3.A. L'analyse de l'offre :

##### 1. Capacité d'hébergement :

##### a. L'infrastructure hôtelière existante à Azeffoun :

	Le marin	Le marin Bis	Azeffoun Beach	Le littoral	Le Dauphin
--	----------	-----------------	-------------------	-------------	------------



<b>Chambres</b>	38	30	19	30	13
<b>Lits</b>	60	66	28	30	23

<b>Restaurants</b>	02 (300couverts)	01 (60couverts)	01 (80couverts)	01 (40couverts)	01 (50couverts)
<b>Brasseries</b>	02	01	01	02	01
<b>Piscines</b>	02	00	00	00	00
<b>Parkings</b>	01	01	01	01	01

**Tableau N°16** : les hôtels à Azeffoun

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat (DTA), T.O 2018

### **b. Auberge de jeunesse :**

En plus de ces hôtels, il existe une auberge de jeunesse, elle se retrouve au centre de la ville à côté du stade communal et la salle Omnisport. C'est une propriété de la direction de la jeunesse et des sports de la Wilaya qui entretient des relations internationales pour l'accueil des jeunes de tous les pays.

Elle dispose de :

- 60 lits,
- 01 restaurant,
- 01 cafétéria,
- 01 parking.

### **c. Le village touristique d'Azeffoun :**

Dans le cadre de ses projections d'investissement dans ce secteur prometteur, le Groupe ETRHB HADDAD est sur le point de concrétiser deux grands projets de villages touristiques d'excellence, en partenariat avec un major mondial dans le domaine.

- 100 bungalows de type F3,
- 30 villas de type F4 et F5 en duplex,
- 01 hôtel thalasso de 150 lits,

- 01 théâtre en plein air de 200 places,
- 01 port de plaisance de 40 amarres,
- 01 piscine avec annexe,
- 03 terrains de sport,
- 01 centre logistique,
- 01 parking véhicule de 100 places.

#### d. Terrain de camping :

Chaque saison, une ouverture d'un terrain de camping à la plage «Petit Paradis», dans la commune d'Aït Chaffa (Azeffoun) avec une capacité d'accueil de quelque 900 lits.

## 2. Restauration :

Azeffoun dispose de 20 restaurants y compris les fast-foods répartis sur l'ensemble de la ville avec une forte concentration sur le boulevard principale et le port.

La consommation de poisson reste l'attraitif Par excellence.



## 3. Transport :

### ❖ L'accessibilité routière :

La région d'Azeffoun dispose de :

- La route nationale N°24, elle fait tout le trajet qui traverse la région côtière entre les limites est Ouest de la Wilaya allant de Dellys à Azeffoun par Tigzirt. Se caractérise par un trafic très dense en saison estivale en raison du flux important de population

attirées par le tourisme balnéaire et devient moins dense pour le reste du temps de l'année.

- La route N°73 : liaison Fréha – Agheribs – Azeffoun.
- Les chemins de Willaya (CW 252, CW 158, CW 159) qui desservent Iflissen, Akerou, Ait Chaffah et Zekri.

En matière d'infrastructure de transport routier, il existe différentes dessertes. Il s'agit du transport privé de voyageurs.

Commune	Desserte	Moyens de transports
<b>Total pour Azeffoun – Ait Chaffâa</b>	Nombre de Fourgons	105
	Nombre de mini – bus	03
	Nombre de bus	05
<b>Total pour Agherib - Akerrou</b>	Nombre de Fourgons	23
	Nombre Auto – car	11
<b>Total Daïra</b>	Nombre de Fourgons	128
	Nombre de mini – bus	06
	Nombre de bus	16

**Tableau N°17:** les différentes dessertes de transport

**Source :** [www.tiziouzou-dz.com/daira-azeffoune](http://www.tiziouzou-dz.com/daira-azeffoune)

❖ l'accessibilité par air :

la région d'Azeffoun ne dispose pas d'aéroport, mais se trouve à proximité de deux aéroports internationaux, celui de Houari Boumediene (Aller à environ 170 Km) et celui de Bejaia à environ 82 Km.

❖ Infrastructure ferroviaires :

Azeffoun ne dispose pas de gare ferroviaire et aucun réseau ne passe par cette région sauf qu'elle se trouve à proximité du chef-lieu de la wilaya de Tizi-Ouzou où le réseau ferroviaire dessert de la wilaya à partir d'Alger et passe par les agglomérations de Tadmaït, Draa – Ben-Khedda, Boukhalefa et Tizi-Ouzou. Il existe une grande gare SNTF dans la commune de Tizi-Ouzou.

❖ Infrastructure maritime :

Azeffoun dispose d'un bateau transport voyageur passant d'Alger à Bejaia.

#### **4. Alimentation en eau :**

La commune d'Azeffoun dispose de deux chaînes de distribution d'eau potable.

- La chaîne d'Azeffoun : elle provient du captage des nappes phréatiques de Sidi-Khelifa. Elle dessert 90% des villages d'Azeffoun.
- La chaîne de Timizart : elle dessert quatre (04) villages de l'ouest de la commune (Ait Rehouna, Ait SI Yahia, Oumadène, Tiouidiouine).

Les principales sources d'alimentation sont les barrages, les puits et les sources.

#### **5. Les infrastructures sanitaires classiques :**

Hôpitaux, polycliniques, pharmacies, laboratoires, cabinet médicaux sont généralement disponibles au niveau des grandes agglomérations.

### **III.3.B. L'analyse de la demande :**

Après avoir analysé le marché d'un point de vue de l'offre, il faut analyser le marché d'un point de vue de la demande. La demande touristique se définit simplement par l'ensemble des

comportements, la façon de faire, les normes, les valeurs qui de façon consciente ou inconsciente orientent les touristes et visiteurs à visiter et à consommer des prestations et services de l'activité touristique.

### La démarche adoptée :

- ❖ L'enquête auprès des gérants des établissements hôteliers qui a porté sur le nombre des nuitées, les durées de séjours, le mode de leurs gestions... ;
- ❖ L'enquête auprès de la daïra d'Azeffoun, l'APC de la commune et l'APC de la commune d'Ait chaffa qui a porté sur des appréciations relatives à la fréquentation touristique.
- ❖ L'enquête auprès des clients qui a porté sur les motivations de leurs visites.

Cette analyse doit permettre de répondre à la fois à des questions d'ordre quantitatif et qualitatif.

## 1. Analyse quantitative :

Connaitre la répartition des nuitées et des arrivées au cours de la saison estivale.

### a. La fréquentation hôtelière (arrivées et nuitées) :

Années	Arrivées		Nuitées	
	Nat. Alg	Nat. Etrang	Nat. Alg	Nat. Etrang
2016	3843	31	3925	31
2017	3217	74	3435	74
2018	4213	27	4358	27

Tableau N°18 : fréquentation des hôtels au niveau d'Azeffoun

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat (DTA) de T.O, 2018

La lecture du tableau nous permet de dire que la nationalité de la clientèle est majoritairement Algérienne. Concernant la clientèle étrangère, sa part est réduite. La plupart de ce type de client viennent pour des motifs d'affaire et passent en moyenne une journée.

Concernant l'année 2018, on remarque une augmentation de fréquentation des

### **b. La fréquentation des plages :**

#### ➤ la fréquentation des plages en général :

Afin d'estimer de quelle façon évolue le secteur touristique et l'importance de l'affluence que présente la bande côtière de Tizi-Ouzou nous avons recueilli quelques statistiques afin d'observer cette évolution.

<b>Etat de fréquentation des plages</b>					
<b>Années</b>	<b>Juin</b>	<b>Juillet</b>	<b>Aout</b>	<b>Septembre</b>	<b>Total</b>
<b>2016</b>	141 750	1 451 100	2 802 400	96 600	4491850
<b>2017</b>	744 000	898 700	2 875 900	585 000	5103600
<b>2018</b>	73 330	799 200	1 237 100	103 350	2212980

**Tableau N°19 :** tableau de fréquentation des plages  
**Source :** Direction du tourisme et de l'artisanat (DTA) de T.O, 2018

#### Lecture du tableau :

Après la lecture du tableau, nous constatons que la fréquentation des plages est majoritaire en mois d'Aout.

Pour l'année 2018, on remarque une baisse des fréquentations par rapport aux deux dernières années.

#### ➤ la fréquentation des quatre (04) plages :

Nom de la plage	2016	2017	2018
Plage Caroubier	1 444 250	1 428 500	1 028 930
Plage du Centre	1 398 300	2 300 900	200 850
Plage Sidi-Khelifa	442 300	438 500	243 350
Plage Petit Paradis	1 207 000	935 700	739 850
<b>Total</b>	<b>4 491 850</b>	<b>5 103 600</b>	<b>2 212 980</b>

**Tableau N°20 : la fréquentation par plage(Azeffoun)**

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat (DTA) T.O, 2018

Etude du tableau :

L'observation des chiffres nous montre une baisse du nombre d'estivants enregistrés sur les plages autorisées à la baignade par rapport aux deux dernières années. Les deux plages caroubier et petit paradis attirent la majorité des estivants.

## 2. Analyse qualitative :

### ➤ La durée du séjour :

Durée de séjour	Nombre d'interrogés	Pourcentage (%)
Une journée	20	40
Un weekend	15	30
Une semaine	10	20
Plus d'une semaine	5	10
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

**Tableau N°21 : la durée de séjour moyenne des touristes**

Sources : enquête effectuée par nous même

La lecture du tableau :

Le tableau ci-dessus indique que la majorité des personnes interrogées viennent pour une journée avec un pourcentage de 40%, suit la catégorie de ceux qui viennent pour passer le week-end avec un pourcentage de 30%. Par la suite ceux qui viennent pour une semaine ou plus en séjournant dans soit dans des hôtels ce qui n'est pas à la portée de tout le monde à part quelque couple et familles à revenu élevés ou en louant des résidences secondaire auprès de quelques particuliers lesquelles s'avèrent plus abordable pour une famille de plusieurs personnes.

▪ **les motivations de la visite :**

Motivation	Nombre d'interrogés	Pourcentage (%)
Vacances (loisirs)	30	60
Visite familiale	15	30
Affaire	5	10
Total	50	100

**Tableau N°22** : Motivation de la visite  
Source : enquête effectuée par nous même

La lecture du tableau :

Le tableau nous montre que la majorité des personnes interrogées viennent pour des fins de loisir, avec un pourcentage de 60%, leurs but précis est de profiter de leurs vacances.

Vient par la suite le motif de visite familiale avec un pourcentage de 30% des réponses, a rappelé que dans un passé récent un exode de la population a eu lieu vers Alger, c'est cette frange de la population qui revient dans des occasions, et en dernière position ceux qui viennent pour le motif d'affaire et de mission avec un pourcentage de 10%.

▪ **Accompagnement :**

Compagnie	Nombre d'interrogés	Pourcentage (%)
Seul	3	6
En couple	9	18
En famille	23	46
En groupe	15	30
Total	50	100

**Tableau N°23** : accompagnement des clients

Source : enquête effectué par nous même

La lecture du tableau :

Les résultats confirment l'idée que la société Algérienne a tendance à passer les vacances en famille ce que montre effectivement le tableau ou le déplacement en famille occupe la plus grande part avec un taux de 46% suivie de voyage en groupe avec un pourcentage de 30%, ensuite vient les vacances en couple avec un taux de 18% enfin les vacances seul avec une part de 6%.

▪ **les activités pratiquées :**

Activités pratiquées	Nombre d'interrogés	Pourcentage (%)
Promenade, baignade,...etc.	25	50
Découverte de la région	7	14
Visite Familiale	15	30
Autres	3	6
Total	50	100

**Tableau N°24** : les activités pratiquées à Azeffoun

Source : enquête effectué par nous même

### La lecture du tableau :

L'enquête montre que la moitié des personnes interrogées ont répondu en faveur de la promenade ou baignade comme activités essentiellement pratiquée pendant leurs séjours. Ceci montre l'insuffisance des produits offerts aux sites à visiter dans la région ou encore par manque de connaissance de certains sites à vocation touristiques (tels que les allées couvertes de Ait-Rhouna) du à l'absence de promotion et d'information pour ces endroits.

### Synthèse :

Et pour synthétiser nous avons recensé trois(03) catégories de visiteurs dans la région d'Azeffoun

#### **On trouve :**

1. Des visiteurs qui viennent pour passer la journée à Azeffoun essentiellement dans des plages et qui repartent le soir.
2. La catégorie des visiteurs qui viennent passer leurs vacances à Azeffoun dans des hôtels, ou des résidences louées chez des particuliers pour une durée d'une semaine ou plus.
3. La catégorie de gens qui reviennent (des citoyens d'Azeffoun non résidant) dans des occasions. (visite familiale)
4. La catégorie des curieux qui viennent pour découvrir Azeffoun, cette frange vient à longueur d'année plus spécialement les week-ends, on les trouve tout au long du front de mer, les restaurants et les sites touristiques.

### III.4. Analyse de l'attractivité à travers les statistiques recueillies :

#### III.4.A. Evaluation de l'attractivité touristique selon le tableau Gearing,

Swart et Var :

Critères	Indicateurs	Azeffoun
<b>1. Beautés naturelles</b>	• Topographie	Oui
	• Faune et flore	Oui
	• Voisinage de lacs	Oui
	• Rivières	Oui
	• Îles et îlots	Non
	• Sources thermales et minérales	Oui
	• Cavernes, chutes	Non
<b>2. Climat</b>	• Ensoleillement	Oui
	• Température	Oui
	• Vent	Oui
	• Précipitations	Non
	• Index d'inconfort	Non
<b>3. Traits caractéristiques et architecturaux</b>	• Mosquées et monuments	Oui
	• Musées d'art	Non
	• Architecture locale	Oui
<b>4. Festivals</b>	• Festivals, musique et danse	Non
	• Éléments sportifs et compétitions	Non
<b>5. Caractéristiques locales distinctives</b>	• Musique et danse traditionnelles (non organisées)	Non
	• Cuisine locale	Non
	• Artisanat traditionnel	Non
<b>6. Foires et expositions</b>	• De nature commerciale généralement	Non

<b>7. Attitudes envers les touristes</b>	• Traitement des touristes	Non
	• Hospitalité locale	Oui
<b>8. Ruines anciennes</b>	• Présence, état et accessibilité des ruines anciennes	Oui
<b>9. Signification religieuse</b>	• L'importance de la religion, les pratiques et rites actuellement visibles	Oui
<b>10. Dominance historique</b>	• La renommée d'un site attachée à des événements historiques importants et/ou à des légendes	Non
<b>11. Ressources sportives</b>	• chasse	Oui
	• Bain, natation	Oui
	• Ski	Non
	• Voile	Non
	• Golf	Non
	• Équitation	Non
<b>12. Ressources éducatives</b>	• Musées d'archéologie et d'ethnologie	Non
	• Jardins botaniques	Non
	• Zoo	Non
	• Aquarium	Non
<b>13. Ressources pour santé, repos et tranquillité</b>	• Stations thermales	Non
	• Stations minérales	Non
	• Pistes de randonnée	Oui
	• Terrains de pique-nique	OUI
<b>14. Vie nocturne</b>	• Casinos	Non
	• Discothèques	Non
	• Théâtres	Non
	• Cinémas	Non

<b>15. Ressources de magasinage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Souvenirs et cadeaux</li> <li>• Boutiques d'artisanat</li> <li>• Services automobiles</li> <li>• Épiceries et dépanneurs</li> </ul>	<p>Oui</p> <p>Non</p> <p>Oui</p> <p>Oui</p>
<b>16. des infrastructures au-dessus du « minimum de qualité touristique »</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• État des routes, autoroutes</li> <li>• Eau, électricité, gaz</li> <li>• Services de sécurité</li> <li>• Services de santé</li> <li>• Communication</li> <li>• Transports publics</li> </ul>	<p>Mauvais</p> <p>Mauvais</p> <p>Bien</p> <p>Bien</p> <p>Bien</p> <p>Bien</p>
<b>17. Des ressources d'hébergement et de restauration au-dessus du minimum de qualité touristique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hôtels</li> <li>• Restaurants</li> <li>• Villages de vacances</li> <li>• Bungalows</li> <li>• Motels</li> <li>• Sites de camping</li> </ul>	<p>Oui</p> <p>Oui</p> <p>Non</p> <p>Oui</p> <p>Non</p> <p>Oui</p>

Tableau N°25 : évaluation de l'attractivité touristique à Azeffoun

#### IV.4.A. Mesure de l'attractivité touristique à Azeffoun selon des indices de mesure :

##### 1. Les hôtels :

- **Taux d'occupation :**

Nombre de chambres louées\*100 / nombre de chambres disponibles.

D'après les entretiens

effectués avec les responsables des établissements hôteliers :

Le résultat est :

Les chambres d'hôtels à Azeffoun sont généralement réservés avant la saison estivale ce qui explique que le taux est souvent de 100% d'occupation durant cette saison.

##### 2. Les plages :

- **Différenciation des plages :**

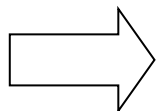
Nombre de baigneur dans la plage / nombre des touristes

❖ Exemple d'une plage : Caroubier. D'après les chiffres des tableaux ci-dessus :

Nombre de baigneur : 1 028 930

Nombre de touristes : 2 212 980

Résultat : 46,50%



$1\ 028\ 930 \div 2\ 212\ 980$

$= 0,4650 * 100$

$= 46,50\%$

On constate que **la majorité** des estivants fréquentent la plage le Caroubier.

- **Les parkings :**

Nombre des tickets vendus / capacités de stationnement dans le parking

❖ Exemple d'un parking :

Nombre de tickets vendus

Capacités de stationnement

### 3. Les lieux historiques :

Nombre de visiteurs du lieu / nombres de touriste \*100

❖ Exemple d'un lieu historique :

Nombre de visiteurs :

Nombres de touriste :

### 4. Les activités commerciales :

Les ventes de la saison estival / les ventes des 3mois avant la saison

Après des entretiens quelques commerçants et Par manque de données sur les ventes pendant la saison estivale, nous nous ne pouvons pas calculer cette indice, nous estimons que les ventes sont plus élevés pendant la saison estival plus que les autres saisons même si les prix sont plus élevés.

Suite aux différents entretiens réalisés avec SG de la Daïra d'Azeffoun, le SG de la commun d'Ait chaffâa, responsables de différentes localités d'Azeffoun et des acteurs économique qui contribuent dans le tourisme, nous nous sommes parvenue à :

- 1- Généralement pour la publicité et la vulgarisation, les autorités utilisent les médias locaux (journal, Radio, site internet...)
- 2- L'affluence touristique à Azeffoun vient non pas de la publicité et de la vulgarisation mais beaucoup plus de :
  - La renommée de ses plages, des sites touristiques et nombreuses personnalités connues sur la scène nationale et internationale dans le monde culturel, artistique, politique ...etc.
- 3- A chaque ouverture de la saison estivale, les autorités locales s'organisent pour offrir aux estivants :
  - La sécurité,
  - L'hygiène,
  - L'hospitalité maximale, comme elles veillent au bon approvisionnement de l'eau potable et de l'énergie électrique.
- 4- Interrogés sur l'apport du tourisme dans les recettes des différentes municipalités

Les responsables non omis de nous signifier qu'il contribue positivement dans les différents budgets.

- 5- Questionnés sur la manière dont la population locale peut contribuer au développement du tourisme à l'unanimité répondit que c'est par l'hospitalité, l'accueil, et l'accessibilité des différents produits par les prix.
- 6- La Situation géographique (le littoral), l'accueil, l'hospitalité des citoyens, la renommée de la région grâce à la célébrité de ses enfants, la paix et la culture d'Azeffoun rendent d'elle une région forte.
- 7- Pour les points faibles d'Azeffoun ils nous ont soulignés que : le manque d'hygiène, manque d'infrastructures, les prix élevés des services, manque d'informations et de promotion touristique.
- 8- Le territoire d'Azeffoun est attractif : de part sa gastronomie mêlée aux goûts des différents poissons les gens y viennent chaque week-end y dégustent, et ses belles plages au sable fin et son relief escarpé qui monte graduellement.
- 9- Pour mesurer l'attractivité touristique :
  - Fréquentation des plages : les parkings et les estimations des pompiers
  - L'affluence vers la ville d'Azeffoun : l'embouteillage et l'animation la nuit généralement sur le front de mer.
- 10- Pour faire du territoire d'Azeffoun un pôle d'excellence touristique, l'ETAT a planifié plusieurs projets comme :

#### **Les actions à court terme :**

- La présence des services publics locaux en charge du développement (intervenants directs ou indirects) ; domaines, SONELGAZ, banques, impôts, télécommunications, compétences territoriales des subdivisions.
- L'actualisation des instruments d'urbanisme ainsi que la couverture des instruments des subdivisions.
- Le maillage du territoire par les études géotechniques :
- La mise à niveau des différents réseaux,
- Initier des grands projets structurants en vue de créer l'attractivité du territoire ;
- La modernisation des axes routiers ;

### **Les actions à moyens et long terme :**

- L'instauration et officialisation des événements culturels : journée de cinéma, poésie, musique...
- Le lancement ou l'achèvement des grands projets déjà inscrits tel que :

Le barrage de Sidi-khelifa,

L'ouverture de la RN24 et sa modernisation,

Le lancement du projet de dédoublement en axe autoroutier de la RN73 ;

La protection du rivage de la mer,

Le camp de jeune d'Azeffoun,

L'alimentation en gaz de ville,

La prise en charge des sites ayant connu des glissements de terrain,

La finalisation du dossier de l'amélioration urbaine,

La régularisation des actes des différents lotissements le centre de repos pour les Moudjahidines,

L'institut de formation professionnelle,

Le centre de repos pour le personnel de la protection civile.

### **Propositions à long terme :**

La mise en place d'une ligne maritime de transports des personnes et des marchandises, ainsi qu'une gare routière,

La réalisation d'un méga parc attractif à ait Chaffâ,

L'exploitation des ZEST par le lancement des appels à manifestation,

Exploitation des différents gisements et carrières d'agrégats,

Réalisation d'une piscine olympique.

### III.5. L'analyse SWOT :

#### III.5.A. (analyse interne) :

##### Forces

- La diversité foncière du territoire : plaine, forêts, montagnes...
- Une façade maritime de 35 km et des plages ;
- Un port multifonctionnel et un port d'échouage ;
- Des ZEST de l'ordre de trois (03) ; **1300 hectares** ;
- Des sites archéologiques ;
- Une zone d'activité ;
- Des sites de gisement diversifiés ;
- Un patrimoine culturel et artistique.

##### Faiblesses

- Un grand territoire de 321km<sup>2</sup> à forte déclivité du relief, de 38800 habitants répartis sur 104 villages épars à faible densité démographique à raison de 120hab/m<sup>2</sup> ;
- Retard dans la prise en charge des divers réseaux ;
- Absence de services publics ainsi que des organismes financiers ;
- Retard dans l'introduction des réseaux de nouvelles TIC : téléphonie, internet, fibre optique...
- Son isolement des centres et des trafics urbains et commerciaux ;
- L'absence de mobilisation du foncier urbanisable ;
- L'attractivité commerciale et économique au stade embryonnaire.

### III.5.B. (analyse externe) :

#### Opportunités

- Un territoire à forte capacité touristique : balnéaire, forestière, de montagne et culturelle dont 03 ZEST ;
- Une zone d'activité de 76 lots attribués ;
- Un port de pêche et quai d'échouage ;
- Deux unités de construction et de réparation navales à vocation régionale ;
- Les ressources hydriques à mobiliser : barrage de Sidi Khelifa ;
- Des terres à vocation agricole ;
- Des sites et gisements miniers ainsi que les produits forestiers et exploitation du bois ;
- Un patrimoine matériel et immatériel considéré comme un facteur à l'attractivité du territoire.

#### Menaces

- L'isolement total de non prise en charge d'autres voies de communication, notamment les grands axes routiers : RN24, RN71 et 73 ; CW 158 et 159 ;
- L'asphyxie urbaine au niveau du centre d'Azeffoun, à défaut d'une orientation spatiale et un aménagement approprié du territoire : voies d'accès, foncier...

### III.5.C. Résultat et discussions :

A travers l'analyse SWOT nous aboutissant aux résultats suivants :

Malgré l'existence des ZEST qui sont des espaces destinés pour mieux encadrer le développement touristique de la Région en générale et le balnéaire spécifiquement (étant donné que la plupart des ZEST se situent dans le littoral ou à proximité), nous avons constaté un manque flagrant d'équipements touristiques (d'hébergement et de loisirs) ceci est due essentiellement à l'absence d'une politique touristique se penchant sur la question et le manque d'investissements tant privés que publics en la matière.

Azffoun dispose d'un climat méditerranéen favorable au développement du tourisme de santé au bord de la mer, cependant, une absence d'équipements sanitaires au niveau du littoral est flagrante.

La région d'Azffoun souffre de la saisonnalité et de manque d'activité culturelle face à un potentiel culturel important, riche et diversifié qui est dans son état brute, cette situation contradictoire est due à l'absence d'une interaction entre les deux pôles (balnéaire et la culture) et l'absence d'une inter-sectorialité entre le secteur du tourisme et celui de la culture. En effet, un croisement et une logique sectorielle sont installés dans les politiques et les stratégies de gestion urbaine.

Absence d'une interaction (liaison) entre les différentes formes de tourisme (d'affaire, de montagne, balnéaire, ...etc.) Due essentiellement à une vision partagée et non globale pouvons assurer une cohérence et une consolidation dans le développement de toutes les formes du tourisme.



## Conclusion

En conclusion, Azeffoun recèle beaucoup d'atouts touristique, a ne citer que son littoral qui s'étend sur plus de 30Km, des paysages féeriques et des sites touristiques de renommés.

Malgré cela cette année a été moins fréquenté que les années précédentes, ce recul est due probablement aux :

- «la cherté des produits sur les plages». En effet, cette année, les produits sont excessivement chers, échappant à tout contrôle, faisant des citoyens des proies à dépouiller sans prise en considération du pouvoir d'achat de ce dernier.
- Il y a lieu de signaler que la saison estivale a démarré officiellement le 25 juin, l'adjudication pour la concession des plages a eu lieu quasiment au début juillet pour la majorité des plages, ce qui explique ce retard.
- Au niveau notamment des plages, les coupures récurrentes d'eau, quelques plages manquent d'éclairage, des problèmes constatés réellement et signalés tout au long de la saison estivale.
- «la saison estivale a été écourtée pour deux mois et encore moins, avec les coupures, pour raisons d'examens du Bac et les fêtes religieuses».

L'étude que nous avons menée, nous a montré que la région d'Azeffoun attire des estivants malgré d'innombrables d'insuffisance enregistrés.

### **CONCLUSION GENERALE :**

Pour conclure ce travail de recherche, nous rappelons que l'enjeu principal de ce mémoire est d'ouvrir l'oeil sur la nécessité d'améliorer le secteur touristique en Algérie et d'exploiter les diverses potentialités du pays, et de s'interroger sur les moyens d'attraction qui permettent une meilleure attractivité touristique, comparativement aux autres régions et cela plus précisément à travers la réponse à notre recherche sur la région d'Azeffoun : Comment peut-on évaluer la touristicté de la station balnéaire ?

Ainsi pour répondre nous avons procédé à l'articulation des concepts : tourisme, tourisme balnéaire, Attractivité touristique, le Littoral, ainsi on s'est appuyé sur deux villes qui sont devenues des villes touristique par excellence (Espagne, Sousse). et cela à travers l'exploitation de leur potentiels ainsi que les diverses attractions rajoutées. A partir de l'analyse de la ville d'Azeffoun nous avons constaté qu'elle recèle un potentiel touristique important de ce fait le flux touristique est important, malgré cette année à été moins fréquenté que les années précédentes, ce recule se résulte probablement à un certain nombre de freins et de contraintes à citer :

Le retard de démarrage de la saison estivale ainsi que l'adjudication pour la concession des plages, Manque de moyens d'attraction, la cherté des produits dans les plages, manque d'entretien au niveau de quelques plages, les coupures récurrentes d'eau et souligner que la saison estivale é été écourtée pour deux mois et encore moins avec les coupures, pour raisons d'examens du bac et les fêtes religieuses.

Alors pour atteindre les objectifs souhaités et qu'Azeffoun devient une ville touristique par excellence nous avons tracés quelques orientations que nous avons confirmé à travers cette étude : de part ses potentialités balnéaires, son massif forestier, son histoire, ses équipement touristiques, on constate :

- Un manque flagrant d'équipements touristiques (hébergements et loisir),
- Une absence d'équipements sanitaires au niveau du littoral est flagrante malgré le climat méditerranéen favorable au développement du tourisme de santé au bord de la mer,
- Manque d'activités culturelles.
- Manque d'investissements tant privés que publics en la matière.

A partir de là, il devient indispensable :

- D'intégrer de plusieurs attractions touristiques pour assurer l'attractivité touristique balnéaire à Azeffoun afin d'atteindre et garder un flux touristique important et permanent.
- D'intégrer et insertion de la culture dans le tourisme balnéaire pour faire connaître la culture de la région qui conduit la mise en valeur du tourisme balnéaire et à son développement.
- L'investissement privé dans le tourisme balnéaire peut apporter un plus à ce secteur.

Azeffoun avec son potentiel touristique énorme elle pourra drainer une rente colossale mais à travers la bonne exploitation de ce trésor et l'amélioration de son infrastructure touristique.

## **LISTE DES TABLEAUX :**

Tableau N°01 : Critères d'évaluation de l'attractivité touristique de Gearing, Swart et Var

Tableau N° 02 : synthèse des facteurs de l'attractivité touristique

Tableau N°3 : des meilleurs Stations Balnéaire au monde

Tableau N°4 : les décisions liées à la politique du produit

Tableau N°05 : Le pourcentage des structures touristiques en Algérie.

Tableau N°06 : Répartition de la capacité hôtelière par vocation

Tableau N°07: répartition de la capacité hôtelière par vocation

Tableau N°08 : des statistiques des curistes

Tableau N° 09 : Hôtels balnéaire à Sousse

Tableau N°10 : des données spécifiques aux pays

Tableau N° 11 : La capacité d'accueil hôtelière à Barcelone

Tableau N°12 : Occupation des hôtels durant l'été (2017/2018)

Tableau N°13 : données spécifique à Azeffoun

Tableau N°13 : Répartition de la population par armature urbaine

Tableau N°14 : Répartition de la population par sexe

Tableau N°15 : Répartition générale des terres

Tableau N°16 : les hôtels à Azeffoun

Tableau N°17: les différentes dessertes de transport

Tableau N°18 : fréquentation des hôtels au niveau d'Azeffoun

Tableau N°19 : tableau de fréquentation des plages

Tableau N°20 : la fréquentation par plage (Azeffoun)

Tableau N°21 : la durée de séjour moyenne des touristes

Tableau N°22 : Motivation de la visite



Tableau N°23 : accompagnement des clients

Tableau N°24 : les activités pratiquées à Azeffoun

Tableau N°25 : évaluation de l'attractivité touristique à Azeffoun

## **LISTE DES FIGURES :**

Figure N° 01 : Approche géographique

Figure N° 02 : Approche sociologique

Figure N° 03 : Approche aménagiste

Figure N° 04 : Approche aménagiste

Figure N°05 : les attributs majeurs de l'attractivité touristique

Figure N° 06 : illustration tourisme

Figure N°07: illustration touriste

Figure N°08: ouverture de la saison estivale à Azeffoun

Figure N°09 : la naissance de tourisme balnéaire

Figure N°10 : le littoral Algérien

Figure N°11 : hôtel Sheraton, club des pins

Figure N°12 : village de vacances vacatier

Figure N°13: résidence touristique Alpha

Figure N°14 : Auberge de jeunesse à varsovie

Figure N°15 : Le chalet myosotis

Figure N°16 : les bungalows coté

Figure N°17 : le camping au japon

Figure N°18: gites d'étape

Figure N°19 : la tunisie dans le top 10 des pays au le tourisme est en plein essor

Figure N° 20: la médina de sousse

Figure N° 21 : le festival d'Assou

Figure N°22 : Hôtel Movenpick  
Figure N° 23 : Marhaba  
Figure N° 24 : hôtel palace Sousse  
Figure N° 25 : hôtel tour Khalef  
Figure N°26 : hôtel Royal kenz  
Figure N°27 : l'orient palace resort  
Figure N°28 : station balnéaire Port El-kantoui  
Figure N°29 : station balnéaire El- kantaoui  
Figure 30 : Port de plaisance El- Kantaoui  
Figure N°31 : plage El-Kantaoui  
Figure N°32 : le Golf à El- Kantaoui  
Figure N°33 : Hôtel concorde  
Figure N°34 : Hôtel El Mouradia  
Figure N°35 : Maison de la Mer  
Figure N° 36: Maisons des jardins  
Figures N°37 et 38: Bilder Hannibal Park  
Figure N°39: cargo pirate  
FigureN°40: cargo pirate  
Figure N° 41: Shopping Center  
Figure N°42 : carte Espagne  
Figure N°43 :situation de la cote de Barcelone  
Figure N°44: la Casa Mila  
Figure N°45: La Casa Batlló  
Figure N°46: la Sagrada Familia  
Figure N°47: le parc Güell

Figure N° 48: musée Picasso  
Figure N°49 : le festival Grec  
Figure N°50 : le Revetlla de San Joan  
Figure N°51: fête de Gracia  
Figure N°52: la danse flamenco  
Figure N°53 : Port de croisière de Barcelone  
Figure N°54 : port vell  
Figure N°55: World Trade Center Barcelona  
Figure N°56 : musée maritime de Barcelone  
Figure N°57 : musée d'histoire  
Figure N°58 : centre commercial Maremagnum  
Figure N°59 : l'hôtel Grand Marina  
Figure N°60 : L'hôtel W Barcelona  
Figure N°61 : Barcelone nautique center  
Figure N°62: Port Olympique  
Figure N° 63: carte géographique d'Azeffoun

#### LISTE DES SCHEMAS :

Schéma N° 01 : les éléments composants une attraction touristique  
Schéma N° 02 : les facteurs de l'attractivité touristique  
Schéma N°3: les mesures de l'attractivité touristique  
Schéma N°4 : les éléments d'aménagement balnéaire  
Schéma N° 05 : mix marketing  
Schéma N°06 : quelques facettes de l'Algérie  
Schéma N° 07 : classification mondiale des hôtels

**LISTE DES DIAGRAMMES :**

Diagramme N°01: fréquentation des plages pendant les saisons estivales

Diagramme N°2 : situation du parc hôtelier par produit

## **Bibliographie :**

### **1) Ouvrage :**

- Anthony SIMON, « Les espaces du tourisme et des loisirs », édition DUNOND, 2017 ;
- Lozato-Giotart. J-P et Balfet. M, « *Management du tourisme* », édition Paris : Pearson-Education, 2014 ;
- Mesplier. A et Bloc-Duraffour. P, « *Le tourisme dans le monde* », Bréal, 2005 ;
- Auzias. D et Labourdette. J-P, « *Espagne 2012-2013* », Le petit futé, 2012 ;
- Cazes. G, Lanquar. R, « *l'aménagement touristique et le développement durable*», 2000.
- Chakroun. Ch, « *Spécial Tunisie : pays du jasmin, de la mer et du soleil* », édition JFN (just find now), (2009)
- Tessa.A, « *Economie touristique et aménagement du territoire* », édition OPU Alger, 1993 .

### **2) Thèses et mémoires :**

- Hamza MEGHZILI, « Modèles d'aménagement et d'urbanisation des Zones d'Expansion Touristique de la wilaya de Skikda (Algérie), UNIVERSITÉ DE BRETAGNE OCCIDENTALE, 2015 ;
- Annick MOREAU, méthode d'évaluation du potentiel touristique des monuments historique en milieu urbain, Université du Québec à Trois-Rivières, 2001 ;
- Naoil CHAOUNI, Le processus symbolique de l'attractivité touristique d'une ville à travers la notion d'empowerment : un atout du tourisme communautaire, Université Paul Valéry de Montpellier, Université Paul Sabatier de Toulouse, France ;
- France LOUBET, Analyse de l'impact du tourisme sur le développement des territoires ruraux marginaux, l'université de Grenoble ; 2011 ;
- DRISSI Amira, GALOU Ali, GUENFIS Khadidja, étude de l'impact de l'attractivité du tourisme balnéaire sur l'environnement (Cas de club ALLOUI), Mémoire du diplôme de master 2 : Université Abderrahmane Mira – BEJAIA, 2015-2016 ;
- Mme IZNASNI MERIEM, Mell BENZAGHOU NOUHED, Tourisme balnéaire, mémoire du diplôme d'ingénieur d'état en architecture, Université Aboubker Belkaid TLEMCEN, 2012- 2013 ;

### **3) Articles :**

- Alain Escadafal, « Attractivité des destinations touristique, Quelles stratégies d'organisation territoriale en France? », Institut d'aménagement, de tourisme et d'urbanisme de l'Université Michel de Montaigne – Bordeaux 3 ;
- François de Grandpré, Attractions, attractions et produits touristiques :Trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional ;
- Nathalie MONTARGOT, Abdessamad OUCHEN, L'IDH, la stabilité politique et l'absence de violence terrorisme comme facteurs explicatifs de l'attractivité touristique : le cas du bassin méditerranéen ;
- Dossier de presse, port de Barcelona , *Janvier 2017* ;
- Erwann Charles et Hervé Thouément, Le label territorial, facteur d'attractivité touristique ;
- Serge Gagnon, l'attractivité touristique des territoires ;
- Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau, Erick Leroux, Branding et labels en tourisme ;
- Nathalie Fabry, Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires ;
- Alain Escadafal, Attractivité des destinations touristiques : quelles stratégies d'organisation territoriale en France?
- Nathalie Fabry, Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires.

### **4) Etudes et documents divers :**

- Monographie de la Commune d'Azeffoun ;
- Schéma directeur d'Aménagement Touristique, SDAT horizon 2025. Ministère de l'aménagement du territoire, de l'environnement et du tourisme, Janvier 2008
- Schéma directeur d'aménagement touristique de la Wilaya (SDATW) de Tizi-Ouzou.

### **5) Sites internet :**

- Site de l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) : <http://www.omtdz/> ;
- Site du ministère du tourisme et de l'artisanat (statistiques) : <http://www.mtagov.dz/>
- Site de l'Office National algérien du Tourisme (ONAT) : [www.onat.dz](http://www.onat.dz)
- Site de l'Agence National de Développement du tourisme : [www.andt-dz.net](http://www.andt-dz.net)

