



**REPUBLIQUE ALGERIENNE DÉMOCRATIQUE ET POPULAIRE**  
**MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA**  
**RECHERCHE SCIENTIFIQUE**  
**UNIVERSITÉ MOULOUD MAMMERI DE TIZI-OUZOU**

**FACULTÉ DES SCIENCES ÉCONOMIQUES, COMMERCIALES ET DES**  
**SCIENCES DE GESTION**  
**DÉPARTEMENT DES SCIENCES DE GESTION**

**Mémoire pour l'obtention du diplôme de Master**  
**En Science de Gestion**  
**Spécialité : Management Public**  
**Sujet :**

**« *Le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale ;  
cas d'Azeffoun* ».**

**Préparé par :**

***Mme : KECHIH Nadia***

**Dirigé par :**

***Mme : KISSOUM***

***Née : SI SALAH***

***2017/2018***

**Remerciement :**

*Je remercie ma promotrice, Madame **SI SAIAH** ép **KISSOUM** ;.... Je n'ai qu'à vous dire merci !*

*Comme je remercie la responsable de ce master et tous les enseignants intervenant durant cette expérience Master.*

*Les personnes, qui sans eux, ce travail n'aura pas eu lieu. Radia, Lynda, Salem, Mohamed, et Djedjiga qui m'a toujours soutenue, ...merci à vous tous.*

*Je remercie les membres de ma famille et Karim pour leur patience envers moi;*

*Très grand merci au groupe 02, mes amis (es) qui ont rendu cette expérience Master inoubliable : Rachida, Kamélia, Thiziri, Yasmine, Fatiha, Kahina, Fettouma, Taous, ..et tous les autres.*

*Je remercie mes collègues MP auxquels je dois le respect.*

*Je remercie M'Djouadi, secrétaire général de l'APC d'Azeffoun et le vice président M' SINI.*

« *awal ma wuzzil yekfa ; ma Yuzzif ad-yernu kra* »  
proverbe kabyle !

## Résumé :

Ce mémoire porte sur « le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale », dans lequel on a essayé de montrer le rôle que joue la collectivité locale de base, tant acteur territorial, dans la construction d'une destination touristique, qui à travers, ce territoire devienne attractif. Ce rôle est étudié en fonction de ce que la loi confère à la commune, de ses ressources financière et en termes de gestion publique. Ceux sont les trois hypothèses qu'on a supposées pour les vérifier.

**Mots clés :** acteurs, attractivité territoriale, destination touristique, développement durable, gouvernance locale, réseau d'acteur, territoire, territorialité, territorialisation, tourisme, projet territorial.

## Abstract:

This work is about «tourism us vector of territorial attracting». In which we have tray to show the role of our communes/ towns us a local actor, in the process of constructing of a touristic destination for attraction. This role or mission is studded from what the roles gives to this commune us attitude in first. Finance in second and public management at last, us our three assumptions to verified them.

**Key words:** actors, local governance, system, territorial attracting, territory, territoriality, tourism, territory project, touristic destination, sustainable growth.

<b>Remerciement</b> .....	1
<b>Résumé</b> .....	2
<b>Table des matières</b> .....	3
<b>INTRODUCTION GENERALE</b> .....	7
<b>CHAPITRE I : L'ATTRACTIVITE TERRITORIALE</b> .....	11
<b>Introduction</b> .....	12
<b>SECTION 01 : AU DELA DE TERRITOIRE :</b> .....	13
<b>I-1-1 : La notion de territoire</b> .....	13
<b>I-1-2 : La territorialité</b> .....	15
<b>I-1-3 : La territorialisation</b> .....	17
<b>I-1-4 : Les composantes territoriales</b> .....	18
<b>I-1-5 : Les acteurs territoriaux</b> .....	19
<b>I-1-6 : Le projet territorial</b> .....	20
<b>SECTION 02 : L'ATTRACTIVITE TERRITORIALE :</b> .....	22
<b>I-2-1 : La compétitivité territoriale</b> .....	22
<b>I-2-2 : L'attractivité territorial</b> .....	23
<b>I-2-3 : Caractéristiques de l'attractivité territoriale</b> .....	25
<b>I-2-4 : les différents leviers d'attractivité territoriale</b> .....	26
<b>I-2-5 : Le marketing territorial</b> .....	27
<b>I-2-6 : La gouvernance de l'attractivité territoriale et le pouvoir institutionnel</b> .....	27
<b>Conclusion</b> .....	29

<b>CHAPITRE II : LE TOURISME VECTEUR D'ATTRACTIVITE TERRITORIALE</b> .....	30
<b>Introduction</b> .....	31
<b>SECTION 01 : LE TOURISME</b> .....	32
<b>II-1-1 : Définition du tourisme</b> .....	32
<b>II-1-2 : L'industrie du tourisme</b> .....	35
<b>II-1-3 : Type du tourisme</b> .....	36
<b>II-1-4 : La destination touristique</b> .....	37
<b>II-1-5 : Les acteurs du tourisme</b> .....	38
<b>II-1-6 : Animer son projet touristique</b> .....	39
<b>SECTION 02 : LE TOURISME VECTEUR D'ATTRACTIVITE TERRITORIALE</b> .....	41
<b>II-2-1 : L'attractivité d'une destination touristique</b> .....	41
<b>II-2-2 : Aménagement du territoire</b> .....	42
<b>II-2-3 : Clusters du tourisme</b> .....	43
<b>II-2-4 : Le marketing d'une destination</b> .....	44
<b>II-2-5 : Vers un tourisme durable</b> .....	45
<b>II-2-6 : Gouvernance de l'attractivité d'une destination touristique</b> .....	46
<b>Conclusion</b> .....	49
<b>CHAPITRE III : LE ROLE DES COLLECTIVITES LOCALES DANS LE PROCESSUS DE CONSTRUCTION D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE : CAS D'AZEFFOUN :</b> .....	52
<b>Introduction</b> .....	53
<b>SECTION 01 : LA COMMUNE SELON LA LOI</b> .....	54
<b>III-1-1 : Evolution de la commune</b> .....	54
<b>III-1-2 : Les compétences de la commune</b> .....	55
<b>III-1-3 : De l'administration et des services communaux</b> .....	56
<b>III-1-4 : Des finances communales</b> .....	57
<b>III-1-5 : La décentralisation</b> .....	58

III-1-6 : La loi 90-21.....	59
<b>SECTION 02 : LE TERRITOIRE D'AZEFFOUN, ATTRACTIVITE ET TOURISME, ETUDE DE CAS :</b> .....	60
III-2-1 : Le plan d'aménagement touristique.....	60
III-2-2 : La commune d'Azeffoun.....	62
III-2-3 : Les ZESTs d'Azeffoun.....	65
III-2-4 : Les infrastructures.....	68
III-2-5 : Le processus d'aménagement territorial.....	69
III-2-6 : Le rôle de la collectivité locale dans le processus de construction d'une destination touristique.....	71
<b>Conclusion</b> .....	72
<b>CONCLUSION GENERALE</b> .....	77
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	82
<b>LISTE DES TABLEUX ET DES FIGURES</b> .....	85
<b>ANNEXES</b> .....	86

# ***Introduction générale***

---

Le management en tant qu'ensemble<sup>1</sup> des techniques d'organisation et de gestion a pour objectif de mieux utiliser les ressources afin de réaliser les objectifs fixés. Il consiste en une double action<sup>2</sup>, l'une axée sur l'homme (manager les hommes) et l'autre sur l'organisation ou la structure.

Au sein de toute organisation<sup>3</sup> se pose la question du « comment » exercer le management pour réaliser l'objectif ou les objectifs fixés ? Et ce « comment » revient à la définition de la façon et la manière la plus adéquate de déployer les ressources tout en rationalisant l'action même et la décision qui est à l'origine de cette action.

Beaucoup d'auteurs ont travaillé sur l'organisation et la gestion des entreprises dès la fin de XIX<sup>e</sup> siècle, début de XIX<sup>e</sup> siècle jusqu'à nos jours. A l'instars : *H. Taylor, H. Fayol, H. Ford, M. Weber, H. Mayo, Ansoff, H. Mintzberg, P. Drucker*,... leurs apports dans la gestion privé et la gestion des entreprises nous a amené, dans un premier temps à considérer le management comme une affaire privée. Ceci dit, et depuis une trentaine d'années, on parle également de management public.

Dès les années 80, du XX<sup>ème</sup> siècle, vers la fin des trente glorieuses et suite au double choc pétrolier, un nouveau contexte économique s'est installé dans les pays importateurs des hydrocarbures. Ce contexte est caractérisé par une « stagflation »<sup>4</sup> et l'inadéquation des politiques publiques type « keynésiennes » avec le contexte économique et social. Autrement dit, l'Etat doit intervenir mais pas n'importe comment ; il doit rationaliser son action pour atteindre un niveau de performance publique souhaitable. Il doit répondre aux besoins des usagers qui sont exigeants, mais aussi trouver les moyens de financement qui sont, dans beaucoup de cas, limités. C'est ici que les décideurs publics ont pensé à l'utilité de "*penser en tant que privé et d'agir en tant que public*". Penser en tant que privé c'est d'emprunter, à la gestion des entreprises, les outils de gestion ainsi que l'esprit managérial. C'est-à-dire, de chercher à être performant en cherchant à atteindre les objectifs. Plus précisément, c'est d'optimiser l'utilisation des ressources qui sont de caractéristique publique. Agir en tant que public, c'est d'assurer la fourniture des services publics qui répond aux trois principes : l'égalité, la continuité et l'adaptation aux changements technologiques. C'est-à-dire, de fournir un service public à moindre coût mais pas forcément de moindre qualité.

---

<sup>1</sup>M.Amiel, F.Bonnet&J.Jacobs « Management de l'Administration » 2eme édition, De Boeck ....

<sup>2</sup> L. Boyer ; N.Equibey ; « Histoire de management ».

<sup>3</sup>L. Boyer ; N.Equibey ; « Histoire de management »...

<sup>4</sup>A. Diemer ; « Politique et actualité économique » univ. Auvregne, [en ligne] consulté le 03/04/2018, [www.thèse.fr](http://www.thèse.fr)

De cet état des faits où, d'une part, les ressources sont rares et les besoins sont infinis, à d'autre part, la nécessité d'une rationalisation dans l'utilisation des ressources, l'administration publique est entrée dans un grand chantier de réforme. Un degré de décentralisation considérable voit le jour afin de réduire les charges de l'Etat en appelant les échelons à trouver leurs propres moyens de financement. Ainsi, il est pris conscience que le développement commence au niveau des collectivités locales, de bas vers le haut. Et pour des considérations sociales, culturelles, géographique, économiques, politiques, il est préconisé de donner aux territoires locaux cette possibilité d'agir et de réagir à temps. Car, chaque territoire définit ses besoins et les moyens nécessaires pour les satisfaire. Ceci va permettre d'économiser des ressources. Contrairement aux décisions qui viennent du sommet, c'est-à-dire au niveau central, celles-ci peuvent omettre les spécificités de chaque territoire, et donc la possibilité de répondre au mieux aux besoins des citoyens.

Un territoire, d'un point de vue géographique, est une étendue de terre, un espace délimité par des frontières qui assure les conditions de vie pour des individus, ou des acteurs économiques en général. Ce territoire, et dans l'idéologie<sup>5</sup> de New Management Public, ou le Management Public, est appelé à créer ses propres moyens de financement pour réaliser ses projets de développement. Pour cela, et en plus de ses ressources existantes, il doit penser à exploiter ses ressources latentes pour valoriser son potentiel et attirer des ressources extérieures. Dans une autre logique, et comme impact de la mondialisation, le choix ou la décision de se localiser/délocaliser dépend de ce que le territoire d'accueil offre comme avantage, que ce soit pour les entreprises (investisseurs) ou les individus. Pour qu'un acteur économique s'oriente vers un territoire donné, pour se localiser, ce dernier doit être attractif. Autrement-dit, cet acteur cherche à satisfaire ses besoins en analysant les offres des différents territoires, pour que vers la fin, il prenne la décision de se localiser, temporairement ou définitivement, dans ce territoire et non pas dans un autre. Ainsi, un territoire est appelé à prendre des mesures pour qu'il soit attractif. Ces mesures sont des différentes variables qui définissent l'attractivité d'un territoire. Aussi, l'attractivité d'un territoire dépend de son potentiel organisationnel et institutionnel.

Le tourisme qui mobilise une diversité d'acteur, investisseurs, visiteurs, main d'œuvre, administration publique,... et qui génère autant d'activités économiques directes et indirectes, reste un levier de compétitivité/attractivité territoriale. D'autant plus, avec la montée des clusters du tourisme (Dubai : tourisme des affaires et de haut gamme, Hongrie : tourisme de bien être, ...), le tourisme est devenu un enjeu d'attractivité territoriale sur lequel beaucoup de territoires se focalisent.

### ❖ L'objet du travail :

Dans notre travail, nous tenterons de mettre en apparence le lien qui existe entre le management public et l'attractivité territoriale axée sur le tourisme. Autrement dit, notre étude cherchera à expliquer ou à vérifier le degré d'implantation de cette idéologie managériale

---

<sup>5</sup> V. Wright ; NPM comme idéologie.

dans nos administrations publiques au niveau du territoire de base, la commune. Cette vérification se focalise sur un élément qui est l'attractivité territoriale qu'on étudiera dans un angle axé sur le tourisme. D'une autre manière, l'objectif est de voir la gestion publique en terme de tourisme qui joue pour l'attractivité territoriale.

Le territoire choisi pour effectuer l'étude est le territoire *d'Azeffoun*. *Azeffoun* parce que c'est une destination touristique « par excellence » au niveau de la wilaya de *Tizi-Ouzou*. Son attractivité dépend de plusieurs facteurs, nous nous en intéresserons au volet gestion publique.

#### ❖ La problématique :

Nous nous interrogeons dans ce travail sur l'apport du management public pour l'attractivité de nos territoires. Nous avons posé la problématique suivante :

**Est-ce que le décideur public au niveau local a le pouvoir décisionnel qui lui permet de construire une destination touristique et rendre son territoire attractif?**

D'autres questions se posent et contribuent toutes à la résolution de la problématique principale.

-Qu'est ce qui rend un territoire attractif ?

- Parlons-nous d'attractivité ou de compétitivité territoriale ?

- Quelle relation y'a t-il entre le tourisme et l'attractivité?

-Où se situe Azeffoun par rapport à la question d'attractivité territoriale fondée sur le tourisme?

#### ❖ Hypothèses :

Pour mieux cerner la problématique de la recherche, on a supposé les hypothèses suivantes :

##### -première hypothèse :

L'insuffisance des textes législatifs voire leur inexistence constitue un obstacle à la liberté d'action et la volonté d'une commune ou d'un territoire à devenir attractif.

##### -Deuxième hypothèse :

Il y'a insuffisance de moyens financiers qui, malgré la bonne volonté des responsables locaux, ne peuvent pas répondre à des objectifs ambitieux.

**-Troisième hypothèse :**

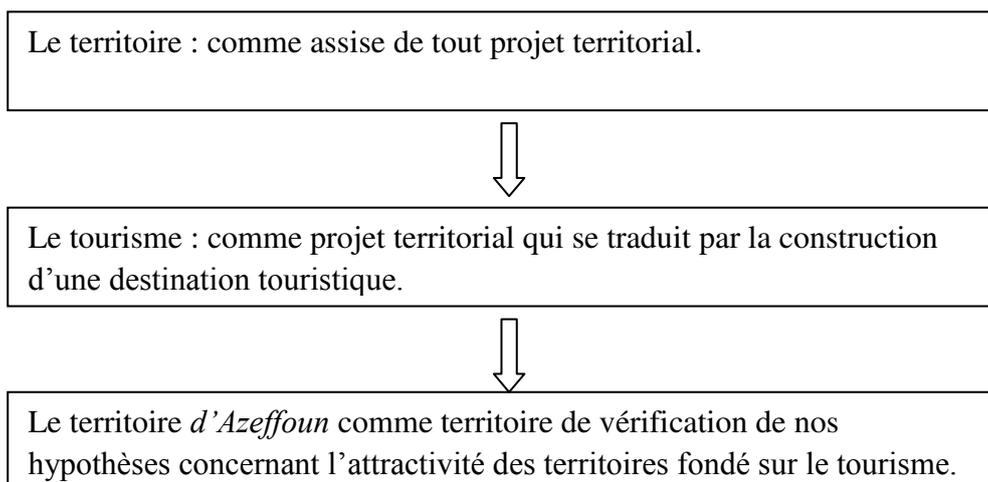
Il y'a absence d'esprit managérial au niveau de nos administrations publiques, élément qui diminue de la possibilité de viser la performance et l'attractivité.

**❖ Méthodologie de recherche,**

Du fait que nous partons du général au particulier, nous considérons notre démarche comme déductive. Générale, parce que nous présenterons, développerons d'abord les théories et les différentes notions relatives à cette thématique pour arriver au cas particulier, qui est l'application sur le cas *d'Azeffoun*.

**❖ La structure de ce travail :**

Cette structure résume le raisonnement et l'enchaînement dans le traitement de cette thématique.



# ***Chapitre I***

---

## Introduction

*« Nous ne délocalisons pas, nous localisons » !*

*Président de directoire de Peugeot*

L'espace est une variable décisive dans le choix d'investissement et l'attractivité d'un territoire se mesure par l'afflux des personnes, des entreprises et des capitaux. Tout choix d'investissement se réfère à un espace, que ce soit comme lieu d'implantation, marché ou autre, on parle de territoires. Ces territoires qui devraient être attractifs pour attirer des investisseurs ainsi que d'autres acteurs économiques.

Avant de parler de l'attractivité territoriale, il est nécessaire de définir la notion de territoire afin de bien comprendre le processus même de l'attractivité territoriale. La première section de ce chapitre traitera du territoire et des notions qui lui sont liées.

Nous commencerons par présenter les différents aspects du territoire, nous passerons ensuite à la notion de territorialité qui constitue la construction d'un territoire puis, à celle de territorialisation qui permet une meilleure allocation des ressources en vue de construire un territoire.

Un territoire est aussi caractérisé par ses spécificités, ses composantes et ses ressources qui peuvent être données ou construites exploitées dans le processus de construction, territorialité. Ce processus qui regroupe des différents acteurs réunit autour d'un projet territorial.

Pour la deuxième section, nous allons présenter la notion d'attractivité territoriale en passant par celle de compétitivité territoriale. Nous allons traiter la notion de marketing territorial qui semble importante dans les stratégies d'attraction. Comme nous allons voir celle de gouvernance pour faire émerger le rôle des collectivités locales dans le processus de construction qui sert à l'attractivité.

A ces notions, s'ajoutent celles des pôles de compétitivité, clusters,...qui constituent les formes de construction en réseau favorisant l'attractivité territoriale.

## Section 1 : Au-delà de Territoire :

« *Small is beautiful* » !

Le développement commence au niveau de la base territoriale et le territoire est devenu l'échelle sur laquelle la compétitivité et l'attractivité se jouent.

### I-1-1) La Notion de Territoire :

Plusieurs définitions ont été attribuées à la notion de territoire. D'abord, un territoire est un espace géographique délimité par des frontières avec ses spécificités topographiques, géographiques même climatiques. Mais la question qui se pose est à quel niveau le territoire début et où se termine-t-il?

Le terme « *territoire* » vient du mot latin « *territorium* » qui est dérivé de « *terra* » et qui signifie une étendue de terre sous une autorité *Romaine (Larousse)*<sup>1</sup>. Comme premier aperçu, le territoire désigne une portion de terre sur laquelle, d'après l'origine de mot, une autorité s'exerce. Ce qui nous mène à penser au sens large de mot.

*Larousse* définit le territoire ainsi : « *un territoire est donc un espace pensé, dominé et désigné. Il est un produit culturel au même titre qu'un paysage est une catégorie de la perception, que l'homme choisit à l'intérieur d'ensemble encore indifférencier* »<sup>2</sup>.

Cette définition développée par Larousse, nous renvoie à plusieurs significations de « territoire ». Premièrement, un territoire est toujours un espace mais avec quelques précisions. Un territoire est un espace « *pensé* », c'est-à-dire qu'il est travaillé et construit. Une autre caractéristique est que ce territoire est sous une autorité, il est « *dominé* ». Autrement dit, il est approprié, il appartient à une catégorie ou à une société. Cette dernière, donne une image ou une représentation à ce territoire à travers son système de valeur, « *un ensemble indifférencié* ». Ce territoire qui est un espace géographique est délimité par des frontières, il est « *désigné* »

De sa part, **M. LeBerre** le définit comme suit : « *le territoire peut être défini comme la portion de surface terrestre, appropriée par un groupe social pour assurer sa reproduction et assurer ses besoins vitaux. C'est une entité spatiale, lieu de vie de groupe, indissociable de ces derniers* »<sup>3</sup>. De cette définition, le territoire est un espace géographique qu'une société s'approprie pour qu'elle assure son évolution « *reproduction* », et les besoins nécessaires pour survivre, c'est un lieu de vie tout simplement.

<sup>1</sup>Th. Paquot « qu'est ce qu'un territoire », [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

<sup>2</sup> IBID

<sup>3</sup> IBID

De ces deux définitions, le territoire renvoie à plusieurs aspects: géographiques, sociologiques, culturels et économiques,...

Un territoire selon **G. Di Méo**<sup>4</sup>(1996) est l'appropriation d'un groupe d'individu à un espace. Cette appropriation est à la fois, économique, idéologique et politique qui donne, cette appropriation, une *image représentative* de ce groupe ou de cette société. Ici, **G. Di Méo** met l'accent sur un autre aspect qui est la représentation que donne un groupe d'individu à un territoire. Une représentation qui est le résultat d'une vie sociale qui *regroupe* ces individus sur un territoire donné. **Champollion & Piorey** parlent d'un *réseau*. Pour ces deux auteurs, le territoire est un « *espace mis en réseau générateur de sens et d'identité* »<sup>5</sup>. Selon ces deux auteurs, le territoire correspond à une organisation "d'acteurs" en réseau génératrice de sens. C'est-à-dire que cette organisation permet la réalisation des objectifs communs qui sert d'une représentation commune. Une représentation qui est selon **Champollion et Piorey** une identité. Un territoire est ainsi un vécu, une histoire et qui, selon le géographe **C. Raffestin**, subit un *travail humain*<sup>6</sup> qui conduit à sa transformation.

De ces différentes approches, nous déduisons que le territoire n'est pas seulement un espace matériel mais aussi, un travail humain qu'il le transforme et qu'il lui donne une représentation identitaire.

**Alain Supiot**<sup>7</sup> s'interroge sur l'ordre juridique spatial, où il met l'accent sur le pouvoir et la propriété par deux variables complémentaires : la *souveraineté* et la *propriété*. Un territoire est souverain par ses lois et son pouvoir qui tire sa légitimité de droit de propriété. Autrement dit, chaque groupe d'individu qui s'approprie un territoire a le droit d'agir sur ce territoire en imposant un mode de vie, organisationnel et social qui leur convient. Ce droit d'agir, ce droit de propriété, rend ce groupe, et donc ce territoire, souverain.

Dans le même ordre d'idées, le concept de territoire est développé pour la première fois par **A. Supiot** en éthologie. Les éthologues ont remarqué que l'animal, en fait, ne défend pas un espace, qui est son territoire, mais il se défend. Ce qui fait que dans un espace donné, ou un territoire donné, l'animal s'approprie cette portion de terre où il exerce sa souveraineté.

Le Territoire en urbanisme<sup>8</sup> est défini par les frontières administratives dans lequel un projet d'urbanisation ou d'aménagement s'effectue. C'est une forme moderne d'organisation territoriale, à travers laquelle le pouvoir institutionnel organise le territoire national en territoire locaux, pour mieux gérer le tout par des projets territoriaux.

Une autre approche définit le territoire comme système. « *L'étendue terrestre utilisée et aménagée par les sociétés en vue de leur reproduction. Il comprend l'ensemble des lieux et de leurs relations. Il est donc à deux faces : un système de relations et un produit social*

<sup>4</sup>G.DiMéo; « les territoires du quotidien » ;1996 ; p40 ; [www.toupie.org](http://www.toupie.org).

<sup>5</sup>Champollion, Piorey ; 2004 ; [www.researchgate.net/publication](http://www.researchgate.net/publication) .

<sup>6</sup> Pierre George ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org) .

<sup>7</sup> Th. Paquot ; « qu'est ce qu'un territoire » ; Vie sociale 2011 ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

<sup>8</sup>Th. Paquot, « qu'est-ce qu'un « territoire » ? » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info) .

*organisé*» (**Brunet, 1992**)<sup>9</sup>. Un système qui est un ensemble d'éléments en interaction qui œuvrent, tous ensemble, à réaliser un ou plusieurs objectifs et qui acceptent des entrées et des sorties. L'approche systémique met l'accent sur une réalité qui est la dynamique et la complexité qui marque les différents éléments. **Brunet** parle d'un espace aménagé, c'est-à-dire travaillé, pour **C. Raffestin**. Ce travail, ou cet aménagement permet la reproduction. Ce système territorial est de deux faces selon **Brunet**, la première façade montre un système de relation. Ce système de relation consiste en les différentes relations et liaisons qui relient les acteurs d'un territoire. La deuxième façade de territoire, est le produit social issu de ces relations entre acteurs, ou ce que **G. Diméo** appelle « *une image représentative* » qui se construit et se concrétise. Donc, un territoire, espace géographique, à lui seul n'a pas de sens sans le travail humain exercé ou impliquer.

En géographie humaine, le territoire est une étendue de terre habitée, exploitée par l'homme et un territoire, nécessite l'implication de ses acteurs pour construire un avenir commun. « *Au regard de ces composantes, le territoire apparaît comme une **organisation complexe** constituée de flux et de liens entre les acteurs qui le composent et caractérisée par un ensemble de composantes données et construites qui marquent des différences entre les territoires* »<sup>10</sup>. Les composantes données et construites permettent de différencier les territoires les uns des autres, tout en impliquant un travail humain organisé sous formes des réseaux d'acteurs.

Pour synthétiser, un territoire est une étendue de terre appropriée par un groupe d'individus qui travaillent ensemble pour assurer un avenir commun et qui les représente. Un territoire se caractérise par une appropriation, des limites et un nom. Il est plus qu'un espace géographique, un territoire social. Il est à la fois abstrait (vécu) et géographique (le lieu de vécu)<sup>11</sup>.

### **I-1-2) La Territorialité :**

D'un point de vue juridique, la territorialité est l'appropriation<sup>12</sup> politique, économique et sociale d'un territoire. Cette appropriation est régie par des lois législatives, économiques, politiques ou même morales, qui sont appliquées sur l'ensemble des individus de ce territoire. Elle exprime, la territorialité, un sentiment d'appartenance ou d'exclusion à un territoire donné. Cette appartenance est exprimée à travers des comportements d'un groupe d'individu avec l'espace géographique où ils sont.

<sup>9</sup>A. Moin ; le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>10</sup>C. Raffestin ; « le rôle des sciences et des techniques dans les processus de territorialisation » ; Revue européenne des sciences sociales ; 1997 ; [www.archive-ouvert.unig.ch](http://www.archive-ouvert.unig.ch) .

<sup>11</sup> Brunet ; « A. Moin ; le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>12</sup> Y. Bertacchini ; M. Lebreton ; « acteurs locaux ; réseaux et territoires : représentation du potentiel d'action local » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

*C. Raffestin* et *G. Diméo* considèrent la territorialité comme un rapport complexe qui relie l'individu avec son territoire. *C. Raffestin* la définit ainsi : « *la territorialité est le système de relation qu'entretient une collectivité et ses individus avec l'extériorité et/ou l'altérité à l'aide de médiateur* »<sup>13</sup>. C'est la relation, d'après cette définition, qu'ont les individus avec leur territoire à l'aide d'un intermédiaire.

De point de vue juridique, la territorialité résulte d'un sentiment d'appartenance à un territoire qui se traduit, ce sentiment d'appartenance, par un vécu, une histoire,... une identité construite autour d'un projet social et économique.

La territorialité suppose trois conditions<sup>14</sup> ; la première est que l'espace géographique n'est pas le sujet. Autrement dit, en territorialité on s'intéresse au vécu, aux pratiques et aux connaissances produites sur un territoire donné. Ce que *G. DiMéo* appelle des représentations<sup>15</sup> sociales construites qui constitue la deuxième condition. La troisième est que la relation avec l'espace physique s'effectue à travers un intermédiaire abstrait qui est la société. D'une autre manière, c'est la *relation* entre *l'individu* et *l'espace* qui se traduit par une construction, un projet social.

Dans une démarche constructive, la territorialité nous permet d'avoir une idée ou une intention sur une société donnée, de ses composantes sociales et culturelles et de son évolution, c'est-à-dire, de son produit social.

« *Le paradigme de la territorialité renverse l'ordre habituel de la géographie puisque le point de départ n'est pas l'espace, mais les instruments et les codes des acteurs qui ont laissé des traces et des indices dans le territoire(...) la « clé du déchiffrement » n'est pas dans la réalité matérielle qui est l'espace, mais dans la sémio-sphère que le groupe humain mobilise pour transformer cette réalité matérielle* » (*Raffestin, 1986*)<sup>16</sup>. Pour mieux comprendre, la territorialité son point de départ est la société avec sa production et reproduction, ce que *C. Raffestin* appelle : « *des traces et des indices* » sur un territoire. Un autre point, et que ce groupe d'individu se mobilise pour *transformer* cet espace géographique et de s'adapter avec en formant un système « *sémio-sphère* ».

La territorialité se traduit aussi par un rapport « *pouvoir/ propriété* ». Les individus s'appropriant un espace géographique, en contre partie, ils apportent des changements et des transformations à cet espace. La territorialité<sup>17</sup> est à la fois, le rapport avec la terre, les relations et les réseaux entre acteurs/ territoire, et une image représentative de ce territoire. Mais la territorialité ne s'intéresse pas à ce rapport plus qu'elle s'intéresse à ces pratiques et ces projets de transformation ou, de *production/ reproduction*.

La territorialité est un système de relation entre les individus s'appropriant un territoire donné. Ce système de relation est une image identitaire représentative de ce territoire. En

<sup>13</sup> C. Raffestin ; « J. Aldhuy ; « Au-delà du territoire, la territorialité » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

<sup>14</sup> C. Raffestin ; « J. Aldhuy ; « Au-delà du territoire, la territorialité » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

<sup>15</sup> G. Di Moi ; « les territoires du quotidien » ; 1996 ; p40 ; (en ligne) ; [www.toupie.org](http://www.toupie.org).

<sup>16</sup> Y. Morin ; « L'université dans ses territoires » ; thèses ; univ Grenoble Alpes ; 2006 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>17</sup> C. Philippe ; « construction de la réalité sociale » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

résumé, la territorialité permet de comprendre l'évolution ou la construction<sup>18</sup> d'une société à travers son histoire, sa *production/reproduction*. Ce processus constructif permet de mettre en place un système de valeur produit/reproduit. S'approprier, transformer et inventer la vie des acteurs/société d'un territoire constitue la territorialité.

### I-1-3) La Territorialisation :

De territoire, qui est une étendue de terre, à la territorialité, qui est l'appropriation de ce territoire à la territorialisation qui est une première intention, il s'agit du travail humain exercé sur un territoire donné.

La territorialisation consiste en une action, en un travail, en une politique de développement traduite par des projets d'investissement, tout en prenant en considération les spécificités géographiques, politiques, sociales et culturelles de territoire en question.

C'est la mise en réseau des différents acteurs de ce territoire en vue de réalisation des projets de développement communs qui répondent aux besoins des différentes parties prenantes.

La notion de « *territorialisation* » a une relation directe avec les politiques publiques. La crise des années quatre-vingt a fait que les autorités publiques ont revu leurs politiques de développement pour des multiples considérations. Parmi ces nouveaux dispositifs, penser à une échelle restreinte. C'est-à-dire, mener des politiques publiques sur des niches de territoire national, tout en prenant en considération les spécificités de ces dernières en matière de développement. Puis, cette vision a conduit le raisonnement des politiques publiques locales à la responsabilisation<sup>19</sup> des territoires locaux aux années quatre-vingt-dix.

Cette vision fédérale<sup>20</sup> des territoires a mis l'accent sur les réseaux d'acteur. On parle des acteurs territoriaux, des institutions et des relations qui les lient sous forme d'un système. Un système qui permet de concevoir une stabilité et une durabilité relative à ces différents acteurs.

Le *découpage*, ou délimitation, *décentralisation* et *communication* sont au cœur de processus de territorialisation<sup>21</sup> d'un territoire vaste (national), à des territoires inférieurs locaux. La *décentralisation* (fédération en haut) donne plus de liberté aux territoires locaux, baptisés ensuite, collectivités locales dans les politiques d'aménagement territorial et de développement local. Le processus de *décentralisation* rend ces dernières, collectivités locales, responsables. Un projet de développement ou une politique publique se réalise sur un territoire infranational dans la nouvelle gestion publique, ce qui nécessite une délimitation des

<sup>18</sup>G.DiMéo;Raffestin; E. Derdèl; « J. Aldhuy ; « Au-delà du territoire, la territorialité » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

<sup>19</sup> « Territorialisation » ; [www.diction.enap.ca](http://www.diction.enap.ca) ;

<sup>20</sup> Responsabilisation des territoires locaux en lui donnant une marge de liberté ou décentralisation.

<sup>21</sup>Raffestin ; « le rôle des sciences et des techniques dans les processus de territorialisation » ; Revue européenne des sciences sociales ; 1997 ; [www.archive-ouvert.unig.ch](http://www.archive-ouvert.unig.ch)

espaces sous forme des territoires locaux, donc *découpage*. Pour la *communication*, c'est la construction des réseaux entre acteurs territoriaux. Des réseaux qui permettent la concrétisation et la réalisation de ces projets de développement local.

La territorialisation est la façon avec laquelle le pouvoir central, et à travers ses représentants locaux, résoudre les problèmes de la construction (territorialité) locale. C'est la manière avec laquelle le pouvoir central peut définir les besoins locaux. On parle de la construction car dans le processus de territorialité, il s'agit de construire et de produire cette image ou cette société au fil de temps à travers des projets de développement.

Pour revenir à la notion de territorialisation, elle constitue la manière et la façon dont cette construction est faite. C'est une *institutionnalisation* de processus de construction au niveau local. Pour mieux expliqué, au temps moderne, la territorialisation est un *instrument* de la gestion publique. Un instrument qui permet de recenser les besoins des collectivités locales et de mettre en œuvre les projets de développement adaptés. Ces projets permettent de répondre aux besoins exprimés ou de résoudre ces problèmes au niveau local, ou à un niveau infranational qui est le local.

C'est à ce niveau, territorialisation, que l'intervention de l'Etat est appréciée. Car, le territoire, qui est un espace approprié par un groupe d'individu travaillant tous ensemble pour réaliser ou atteindre un avenir commun. Ce territoire est structuré, gouverné par une autorité publique qui contribue dans le processus de construction à travers les projets de développement qu'elle adopte au niveau local.

La territorialisation peut se voir comme étant la localisation des politiques publiques. En outre, c'est l'intervention de l'Etat traduite par des politiques publiques et qui sont adaptées à des territoires infranationaux. C'est aussi, la déclinaison des projets de développement national à un niveau local. C'est une façon d'optimiser l'action publique pour atteindre un seuil de performance souhaitable. La performance qui se traduit par l'efficacité utilisant au mieux les ressources disponibles avec le recensement des besoins de chaque territoire local. Ce qui permet en contre partie la réduction des coûts ou des charges publiques.

A travers le processus de territorialisation, les autorités publiques s'intègrent dans un processus de construction local en harmonisant l'action des différents acteurs sous forme des réseaux qui constituent des systèmes territoriaux.

#### **I-1-4) Les Composantes Territoriales :**

Le territoire associe des ressources ou des données naturelles et d'autres construites par l'action humaine. Et partant de principe qu'il y a autant à innover qu'à découvrir, les variables qui vont plus intéresser les acteurs locaux ceux sont les données construites de par l'originalité qu'elles assurent.

Les ressources sont les facteurs à organiser, elles peuvent être tangibles ou non tangibles. Ces ressources sont créatrices de valeur si elles sont organisées d'une manière à

aboutir à un produit de valeur. Cette organisation nécessite des actifs qui sont les facteurs de production. La valeur<sup>22</sup> d'une ressource dépend de sa pertinence, rareté, non substituable non transférable et non imitable pour parler d'une ressource stratégique.

Sur un territoire donné, on trouve les **composantes données** ou ressources données et les **composantes construites** ou ressources construites. Pour les composantes données, ceux sont les caractéristique naturelles d'un territoire et qui ne font pas partie de l'intervention de l'action humaine dans leurs existences. Ceux sont toutes les variables naturelles, montagnes, rivières, mer, climat, même le sous-sol fait partie et le système écologique. Porter<sup>23</sup> voit que les ressources ou les composantes données ont moins d'influence ces dernières décennies. De fait de leurs utilisation minimale, dans la plus part de temps, pour des raisons écologiques et environnementales. Mais aussi, vue le rapport des nouvelles technologies et les innovations que ce soit dans le processus de production ou dans l'organisation structurelle.

**Les composantes construites** sont le produit de travail humain au fil de temps. Ce *système d'acteur sociale*<sup>24</sup>, les différents acteurs qui sont en relations sociales et économiques, construit ces données qui sont déterminantes pour un territoire quelconque. Dans cette approche, ce système social permet de construire des données spécifiques à lui pour lesquelles une identité spécifique existe.

Si les composantes données sont moins décisives, les composantes construites le sont. De fait qu'elles assurent des externalités en matière de connaissance locales<sup>25</sup> mais qui sont concurrentielle à l'échelle mondiale. Elles sont irréversibles dans le choix de localisation des différents acteurs. Ces réseaux et ce vécu en général, est pris en considération lors de choix de localisation. En plus, la transformation de territoire vise à mieux s'adapter en créant et en innovant des ressources, ou des modes d'adaptations.

### I-1-5) Les Acteurs Territoriaux :

Un territoire est selon la définition systémique, un ensemble d'acteurs en interrelation qui exploitant ensemble ses ressource afin de réaliser un avenir commun.

C'est cette implication d'acteur qui fait qu'une certaine dynamique permet une évolution et une transformation de territoire à l'aide des composantes construite<sup>26</sup>. Donc, l'interaction qui nécessite une coordination entre acteurs durant le processus de construction, permet de construire et de transformer des ressources avec un système d'acteur. Ces acteurs

---

<sup>22</sup> Stratégor

<sup>23</sup> P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>24</sup> G. Di Méo, « système représentatif » ; P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>25</sup> « Pôles de compétitivité et développement territoriale » ; [www.afdb.org](http://www.afdb.org) .

<sup>26</sup> « Les dynamiques territoriales : quelles nouveautés ? » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info) .

sont multiples et ils peuvent être physiques ou moraux, structurés (ces acteurs) ou relier sous forme des réseaux **d'écosystèmes**<sup>27</sup>(réseaux d'acteurs) et des réseaux **techno-systèmes**<sup>28</sup>:

- ✓ Les **citoyens** ou les individus, qui sont des consommateurs, ouvriers, chercheurs,...ils constituent un capital social<sup>29</sup> qui agit au sein d'un territoire en imposant leurs vision de fait qu'ils sont, individus/citoyens, l'élément à servir par les différents projets de développement.
- ✓ Les **organismes paragonementaux** à savoir ; les associations, parties politiques, syndicats, les ONG,...qui exercent une pression et une influence sur les autorités publiques locales et sur les investisseurs. Comme ils contribuent à la formation de ce capital social à travers la sensibilisation des gens.
- ✓ Les **investisseurs** ou les entreprises qu'ont pour objectif principal, la création des richesses. Ces derniers réclament un climat d'affaire favorable pour contribuer positivement dans le processus de construction.
- ✓ L'**Etat** à travers ses institutions et les autorités publiques locales qu'ont un rôle majeur, de fait de leurs puissance tant que acteurs et décideurs. Comme elles jouent un rôle considérable dans la mobilisation des différents acteurs territoriaux et dans la redistribution des richesses produites.

Ceux sont en général les acteurs d'un territoire qui sont dépendants les uns des autres en formant un système de réseau acteurs. L'ensemble de ces acteurs partagent le même espace et qui sont en interdépendance à travers laquelle, un *écosystème* se produit et donne une représentation à ce territoire.

Ces acteurs sont mis en réseau autour d'un projet territorial.

### I-1-6) Le Projet Territorial :

Un projet territorial décrit l'avenir d'un territoire prenant en compte l'aspect social et économique, écologiques et environnemental en matière d'aménagement et d'urbanisation. Il permet de réunir l'ensemble des acteurs autour d'un projet commun, durable dans le temps et dans l'espace, dont chaque acteur contribue de sa part dans sa réalisation. Un projet territorial est une réponse aux besoins des différents acteurs en utilisant les ressources existantes tout en assurant une cohésion sociale.

Un projet territorial s'inscrit dans la durée et sa réalisation nécessite un diagnostic territorial. Un diagnostic qui permet de bien définir les besoins territoriaux tout en détectant les atouts et les freins à la réalisation. Ensuite, c'est de définir les actions ou l'axe stratégique qui permet de le réaliser. Après avoir défini la ligne de conduite, il y a passage à l'action.

---

<sup>27</sup>P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>28</sup> Réseau d'infrastructure.

<sup>29</sup> Les citoyens dont leurs implication positive est considérable dans la société.

Un projet territorial nécessite une démarche participative, c'est-à-dire que sa réalisation est l'œuvre de tous les acteurs territoriaux. En plus de la démarche perspective, c'est une démarche *transversale*<sup>30</sup> dans le sens où plusieurs domaines sont touchés par sa réalisation et plusieurs acteurs sont impliqués. Un élément crucial est la participation et l'implication des différents acteurs dans un projet territorial. Le citoyen, l'entreprise, le laboratoire de recherche, la collectivité locale, ... Tous ont un rôle dans la réalisation, même dans la conception d'un projet territorial. Car et vers la fin, ce projet a pour objectif de répondre aux besoins de ces différents acteurs. Ceci nous mène vers le pilotage d'un projet territorial. Un projet territorial est piloté à la fois, par les autorités publiques qui initient les projets territoriaux, même s'ils sont le résultat d'une revendication des autres acteurs. Le projet résulte d'une participation citoyenne dans le processus décisionnel au niveau des collectivités locales tantôt représentant de peuple tantôt citoyen/client.

L'évaluation aussi, fait partie de processus d'élaboration d'un projet. Tout projet doit être évalué pour comparer les résultats souhaités aux résultats réalisés et d'en tirer des leçons et des références qui serviront d'expérience dans l'avenir.

Un projet doit être inscrit dans une dimension durable et qui répond aux aspects de développement durable. Cette vision permet de répondre aux besoins des générations présentes sans pénaliser les générations futures. Un projet durable assure une croissance durable que ce soit économique ou sociale, comme il prend la variable environnement en considération.

De ces trois concepts territoire, territorialité et territorialisation, nous comprenons qu'un territoire est plus qu'un espace géographique, il est un vécu, une histoire qui représente ses appropriés. Cette histoire ou ce vécu, est le résultat d'une mise en réseau et d'échanges entre acteurs et qui sont réunis autour d'un objectif commun. Cet objectif est traduit par des projets socio-économiques en vue d'assurer la pérennité de ce territoire, qui est la pérennité de la société en question.

---

<sup>30</sup>P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

## Section 02 : L'Attractivité Territoriale

« La prospérité d'un pays n'est pas héritée, elle est construite »

M. Porter<sup>31</sup>.

Avec la mondialisation des processus de production et la globalisation financière, et avec le phénomène de délocalisation qui a caractérisé l'économie, ou l'industrie mondiale dès les années quatre-vingt, les entreprises ont repensé leurs choix de localisation en posant la question du choix de localisation. Cette question renvoie aux facteurs de localisation, ou aux facteurs qui influencent le choix de localisation sur un territoire donné.

### I-2-1) De l'Attractivité ou de Compétitivité ?

Avant d'analyser la notion d'attractivité territoriale, nous commencerons par présenter la notion de compétitivité territoriale.

En premier lieu, la notion de compétitivité est spécifique aux organisations privées. Dans ce cas, La compétitivité est la capacité de faire face à la concurrence (*Demazier*)<sup>32</sup>. Et pour *Koenig*<sup>33</sup> : « être compétitif c'est d'être capable d'affronter une concurrence tout en se protégeant ». La compétitivité est une aptitude à affronter une concurrence pour assurer sa pérennité. Ensuite, cette notion est utilisée dans l'économie internationale pour parler de compétitivité des nations et des marchés internationaux.

La compétitivité territoriale renvoie aux politiques gouvernementales traduites par des dispositifs de développement économique durable à une échelle restreinte qui est le territoire local. En effet, l'Etat ou l'autorité publique n'a jamais cessé d'intervenir mais, à des degrés d'intervention différents. Cette intervention dépend de ce que le contexte socio-économique exige. Et dans le même cadre, jouer sur des spécificités territoriales à caractère stratégique<sup>34</sup> permet à un Etat d'être compétitif. La compétitivité est donc, un objectif macro-économique qui se décline à des niveaux inférieurs, voire au niveau des secteurs et les territoires locaux.

De ce fait, la compétitivité territoriale est une organisation d'acteurs en réseaux qui permet d'exploiter les ressources d'un territoire pour assurer un développement économique durable, tout en prenant en considération les politiques nationales, régionales et internationales. C'est aussi, de maintenir un savoir-faire localisé concurrentiel à l'échelle

<sup>31</sup> P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>32</sup> IBID.

<sup>33</sup> IBID

<sup>34</sup> Camagni ; « Pierre Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

mondiale<sup>35</sup>. C'est le degré de compétitivité des territoires locaux qui permettent une compétitivité nationale.

La compétitivité territoriale suppose la mise en réseau des différents acteurs. Ceci se fait à travers des politiques orientées qui permettent, de bénéficier de ce que ces territoires locaux présentes comme spécificités et qui peuvent être exploitées d'une manière stratégique. De ou l'émergence des pôles de compétitivité, les clusters, les districts industriels, les PSL. Cette mise en réseau permet de créer des systèmes territoriaux de production générant d'une dynamique productive d'ensemble<sup>36</sup>. On peut dire que la compétitivité d'un territoire dépend de la pertinence des réseaux *d'acteurs/territoires* construits.

La compétitivité repose sur des avantages comparatifs à des finalités purement économiques, la baisse des coûts de production avec la capacité à innover et à créer des richesses. Pour une compétitivité durable et pour qu'un territoire se maintienne, et s'impose devant la concurrence territoriale, la compétitivité économique des entreprises d'un territoire doit être renforcée sous l'angle de développement endogène<sup>37</sup>. Cette mise en réseau des acteurs sous forme des *écosystèmes* est un élément clé dans la performance de ces acteurs (Veltz)<sup>38</sup>. En d'autres termes, ces liens qui relient les acteurs sont déterminants pour la compétitivité de ces acteurs, même elles constituent un enjeu stratégique. Autrement dit, chaque acteur cherche à optimiser ses liens en cherchant la localité ou le territoire qui offre cette possibilité. Et c'est l'œuvre de l'attractivité territoriale, qui permet de garantir des ressources de compétitivité ou, l'écosystème favorable pour développer et renforcer sa compétitivité. De ce fait, l'attractivité territoriale est un levier de compétitivité territoriale.

### I-2-2) L'Attractivité Territoriale :

La territorialisation qui vise à concevoir des projets de développement inscrites dans un processus de construction d'un territoire, c'est-à-dire, à travers lequel un territoire se construit. L'attractivité permet à un territoire donné de développer ce processus de construction en appelant d'autres acteurs, à venir s'installer ou, de maintenir les acteurs locaux sur ce territoire.

L'attractivité est une notion géographique qui fait référence à la capacité d'un territoire à attirer les acteurs pour s'installer sur ce dernier. Elle se mesure par les flux des entrées et des sorties des capitaux, population, touristes,...

L'OCDE<sup>39</sup> la définit comme étant la capacité d'un territoire à attirer une main d'œuvre qualifiée. L'attractivité territoriale est aussi cette capacité à attirer les investisseurs à un

<sup>35</sup> Godefory (2007) ; « Pôles de compétitivité et développement territoriale » ; [www.afdb.org](http://www.afdb.org).

<sup>36</sup> Chabault (2006) ; « Pôles de compétitivité et développement territoriale » ; [www.afdb.org](http://www.afdb.org).

<sup>37</sup> P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>38</sup> P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; thèse ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>39</sup> « l'attractivité territoriale, un regard croisé » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

territoire donné de fait de ce qu'il offre comme avantage. Ces deux définitions présentent chacune, un acteur comme cible d'attractivité. Or que un territoire cherche à attirer l'ensemble des acteurs et des facteurs qu'il le rend compétitif, car la main d'œuvre est aussi facteur qui attire à son tour les investisseurs à venir s'installer.

L'attractivité territoriale est la captation des flux<sup>40</sup> externes et elle constitue un développement exogène (développement de haut vers le bas, ou de l'extérieur à l'intérieur). L'attractivité renvoie à la mobilité des acteurs en les attirant vers une destination précise qui est le territoire. Ceci en fonction des avantages spécifiques qu'ils le différencient et le singularisent des autres territoires en lui procurant un avantage comparatif.

C'est un processus de développement qui permet à un territoire d'être choisi par les acteurs économiques. Le territoire n'est donc pas un espace d'accueil uniquement, mais il constitue une variable décisive de choix d'investissement. Et donc, un élément de compétitivité des entités organisationnelles et de ces différents acteurs qui se présentent sur un territoire, prenant en considération ses offres en matière de ressources données et construites. Autrement dit, l'attractivité territoriale est un processus de développement durable qui assure une évolution quantitative et qualitative de l'action humaine<sup>41</sup>. Un développement durable s'articule autour des différents piliers, économique, social et environnemental de tout projet sociétal. D'une autre manière, toute volonté d'amélioration et de progression en construisant l'avenir commun des différents acteurs, doit prendre en considération cet aspect durable de projet. Ceci d'un point de vue durabilité, mais aussi, l'attractivité est ce projet territorial qui permet la construction des réseaux entre acteurs, des réseaux qui favorisent le développement économique et social. L'attractivité est donc, l'articulation et la construction des projets territoriaux durables en matière d'urbanisme, d'industrie, tourisme, culture,...des projets territoriaux à un degré de rayonnement national et régional voire, international. Qui offrent, ces projets, une assise pour la construction des réseaux d'acteur et qui jouent, ces réseaux, en faveur de l'attractivité territoriale. En d'autres termes, c'est de rendre le territoire favorable pour s'installer durablement.

En terme du management public, l'attractivité territoriale renvoie à l'aptitude d'un territoire (pouvoir territorial) à former des liens et des réseaux entre ses différents acteurs, pour un développement durable avec une installation ou localisation durable. Ici, les institutions et les pouvoirs publics locaux ont un rôle primordial dans la construction de ces réseaux d'acteurs. Car, et dans le cadre de décentralisation, ces derniers initient les projets territoriaux et ce sont eux qui conçoivent les stratégies de développement territorial.

Autre chose, l'attractivité territoriale n'est pas une décision individuelle qui revienne à un acteur économique, elle résulte d'une cohérence entre différents acteurs. Car, un projet territorial ne se construit pas par une seule partie prenante ou un acteur territorial. C'est une stratégie qui regroupe tous ces différents acteurs autour d'un projet/ou des projets communs, qui assurent, ces projets, une prospérité durable à travers une attractivité durable.

<sup>40</sup>S. Serval : « Les managers territoriaux face à l'attractivité durable de leurs territoires » ; univ Aix Marseille ;2015 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .

<sup>41</sup>C. Raffestin ; « J. Aldhuy ; « Au-delà du territoire, la territorialité » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

### I-2-3) Caractéristiques de l'Attractivité Territoriale:

Un territoire est attractif de ce qu'il offre comme avantages aux acteurs économiques. L'attractivité territoriale se caractérise par :

a) **Les acteurs soumis à l'attractivité territoriale** : c'est-à-dire, les acteurs qu'un territoire susceptible d'attirer. Ou autrement, le territoire exerce une influence sur des acteurs qui sont :

- ✓ **attraction sur les ménages et les individus** : un territoire attire les individus et les ménages pour se localiser. Cette localisation peut être **résidentielle** ou **temporaire**.

Pour l'installation résidentielle, elle se peut être **durable** ou **temporaire**. L'installation **temporaire** est généralement une installation pour moins d'un an sur un territoire donnée et c'est l'un des éléments de définition du tourisme. Ce type d'installation concerne les touristes, étudiants, ceux qui sont en stage, traitement médical,...le territoire dans ce cas, investit sur ce type des résidents surtout pour les touristes, retraités et les étudiants. L'installation **durable** c'est pour plus d'un an et le territoire à un caractère résidentiel quand le lieu de travail est dans un autre territoire.

- ✓ **Un territoire attire des investisseurs** : cette attraction peut s'exercer sur des entreprises déjà existantes, en les incitant à rester sur le même territoire en développant leurs activités ou créant d'autres. Comme elle se peut s'exercer, l'attractivité, sur les investisseurs venants de l'extérieur avec tous ce que le territoire présente comme avantage de localisation.

b) **Facteurs d'attractivité** : pour qu'un territoire exerce une attraction sur les différents acteurs, il doit présenter des spécificités considérées comme étant stratégiques, pour que ces derniers viennent s'installer. Il s'agit des facteurs d'attractivité ou, de ce qui rend un territoire attractif.

- ✓ **Les facteurs d'attraction sur les ménages** : un territoire est intéressant comme destination de localisation pour les ménages, s'il permet un niveau de vie et un bien être souhaitable avec un degré de liberté considérable. Aussi, une marge de main œuvre ou une liberté d'agir, qui lui permette d'investir ou d'exercer l'activité qu'il lui convient. Donc, de participer à la vie économique que ce soit comme employé ou investisseur et même de participer à la vie politique de ce territoire.
- ✓ **Les facteurs d'attraction sur les investisseurs** : cette attractivité dépend des caractéristiques de territoire en question, de la politique des entreprises et de la concurrence entre territoire. Une entreprise s'intéresse à un territoire s'il offre un niveau de coût compétitif, un réseau d'infrastructure de transport et de

communication pertinent. Fournisseurs possible et une main d'œuvre qualifiée voir même, moins qualifiée à des coûts compétitifs. Des centres de formation et des laboratoires de recherche,...

Ce sont des différents facteurs qui influencent le choix de localisation. En plus des facteurs « objectifs », il y a d'autres facteurs « subjectifs » à savoir la culture, l'identité, les rapports sociaux, la langue, ... qu'ont aussi une influence sur le choix de localisation.

#### I-2-4) Les Différents Leviers d'Attractivité Territoriale:

Différentes formes de regroupement incitent les entreprises et la main d'œuvre à se localiser dans un territoire donné. Ces différentes formes de regroupement offrent des interconnexions entre les différents acteurs, tout en assurant des avantages pour ces derniers.

- ✓ **Les districts industriels d'A. Marshall:** un regroupement d'entreprises interdépendantes autour d'une main d'œuvre spécialisée afin d'échanger des externalités dans un espace géographique limité. *Beccattini*<sup>42</sup> à introduit la notion de «districts industriels » pour définir l'activité au nord de l'Italie.
- ✓ **Les SPL :** un groupe d'entreprise en interdépendance de même secteur, localisées sur un territoire autour d'un bassin d'emploi.
- ✓ **Les clusters :** un groupe d'entreprises liées entre elles dans un espace géographique limité, qui s'affronte et qui coopèrent entre elles. Comme ils désignent, les clusters, un groupe d'acteurs en interaction. Cette notion est développée par *M. Porter*.
- ✓ **Les pôles de compétitivité :** la version contemporaine des clusters avec une identité française, pour faire en sortir l'industrie française de sa crise en termes de compétitivité. Les pôles de compétitivité est un regroupement d'entreprises, centre de recherche, ... réunis autour d'un projet commun dans le but d'atteindre une compétitivité internationale.

Ces différentes formes d'organisation territoriale visent la construction des réseaux entre acteurs et territoire, pour bénéficier de ce que ce dernier offre comme avantage, ce qui assure une cohésion territoriale. Ceux sont des externalités positives produites durant le processus de construction territoriale, ou tous les acteurs sont bénéficiaires, ce qui rend ce territoire attractif. Que ce soit en matière des ressources données ou construite, et surtout, en matière des nouvelles technologies et de savoir faire a échangé. Avec la présence des centres de recherche et de développement, le point commun de toutes ces différentes formes d'organisation. Comme elles stipulent une organisation spécifiée autour d'un même secteur d'activité et dérivées. Cette spécialisation non seulement en terme d'activité mais de ressources aussi, en exploitant les spécificités de territoire d'accueil.

<sup>42</sup>A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; mémoire ; univ Toulouse II ; 2014.

### **I-2-5) Le Marketing Territorial :**

Un territoire a besoin de commercialiser son image, ses atouts et ses avantages pour devenir une destination favorable, le marketing territorial assure cette fonction.

Le marketing est une fonction stratégique même au niveau des territoires, il permet de donner une image favorable en valorisant le potentiel existant que ce soit donné ou construit. Mais aussi, et comme les ressources construites sont plus avantageuses, c'est de promouvoir des projets de développements auxquels des acteurs s'intéressent, pour les intégrer et devenir partie prenante. Cette commercialisation ou ce marketing cible les acteurs extérieurs ainsi que les acteurs intérieurs. Pour ceux qui sont de l'extérieur, et dans le cadre de développement exogène de leurs activités économiques, viennent s'installer dans ce territoire. Et ceux de l'intérieur, et dans le cadre de développement endogène, développent davantage leurs activités à l'intérieur de leur territoire au lieu de le changer.

Le marketing territorial repose sur le patrimoine territorial en matière de ressources mais aussi, de l'identité construite à travers les processus de constructions en termes de territorialité. Cette identité et cette marque déposée qui différencie les territoires les uns des autres, doit être mise en valeur par le biais d'une pratique qui est le marketing territorial.

En effet, le marketing territorial permet aux acteurs de satisfaire leurs besoins en ce qui concerne la localisation. C'est à travers cette pratique que les acteurs ont une idée sur le territoire d'accueil, et les autres territoires en concurrence. C'est en quelque sorte, de proposer des solutions à ces acteurs en les incitant à venir s'installer dans un territoire donné, en fonction de ce qu'il offre comme avantages.

Un territoire qui a tout fait pour être une destination préférée, mais son qu'il fournit un effort de se connaître, ne peut être attractif, malgré de ce qu'il offre. De ce fait, promouvoir et mettre en valeur son territoire est l'une des préoccupations des dirigeants publics, ou elle doit l'être si elle n'est pas.

### **I-2-6) La Gouvernance de l'Attractivité Territoriale et le Pouvoir Institutionnel :**

Un territoire est sous une autorité publique locale, cette dernière a pour vocation de rendre le territoire en question, attractif par le biais de mécanismes de gouvernance locale. Elle doit, la collectivité locale en tant que gouverneur, avoir une vision sur le long terme en visant un développement durable, qui s'inscrit dans la norme mondiale d'urbanisation et d'investissement. Un développement durable qui permet de rendre le territoire compétitif et attractif sur le long terme en offrant un climat d'affaire favorable.

Elle désigne<sup>43</sup>, la gouvernance, les formes de coordination, de pilotage et de direction des secteurs et des groupes de la société. C'est une réponse aux besoins sociaux<sup>44</sup> en termes de bonne gestion pour atteindre un seuil de stabilité et de paix sociale. Donc, la gouvernance

<sup>43</sup> P. Le Galès : « gouvernance et gouvernement des territoires » ; la documentation française.

<sup>44</sup> IBID

est un processus qui permet la coordination entre les différentes parties prenantes d'un territoire. Ceci, à travers les réseaux d'acteurs pour une meilleure cohérence dans le but de réaliser des objectifs communs. La gouvernance exige la mise en œuvre des lois<sup>45</sup>, des normes et des directives régissant ce processus mais aussi, qui donne de légitimité au pouvoir quelconque.

Le rôle des collectivités locales, ou le pouvoir local, est considérable dans la réalisation de ces objectifs communs. La collectivité locale est appelée à mettre en œuvre des prérogatives qui permettent la mise en œuvre d'un projet de développement durable, en matière d'urbanisation et d'investissement. C'est aussi de responsabiliser les individus et les entreprises, c'est de rendre tous les acteurs responsables envers la société. Cette responsabilité sociétale permet de construire un capital social qui agit dans l'intérêt général et qui se traduit par un degré de citoyenneté élevée.

Un capital social responsable permet aussi la réalisation d'une démocratie participative, à travers les associations et les représentants des citoyens lors de la prise de décision. Cette participation accroître l'efficacité de l'action publique, de fait qu'elle répond aux besoins exprimés par les citoyens eux même. La participation citoyenne ou, la démocratie participative ne se limite pas aux individus, elle concerne tous les acteurs ou, les parties prenantes d'un territoire. De se fait, agir en un ensemble, permet de gérer au mieux les ressources, donc, la bonne gestion publique.

Un développement durable est un développement économique et social croissant sur le long terme. Ce développement procure un bien être et une liberté d'agir tout en prenant en considération les besoins de générations futures. La gouvernance locale, et à travers les institutions publiques locales, permet de mieux gérer les ressources locales en assurant la cohésion entre différents acteurs.

Une collectivité locale est sensé de construire des réseaux entre ces différents acteurs afin de leurs offrir des synergies entre eux. Elle les construit, ces réseaux, en offrant un climat d'affaire favorable. Que ce soit en terme de fiscalité, de lois régissant l'investissement mais aussi de construire, ou de mettre en place, des réseaux des techno-systèmes pour attirer ces différents acteurs, ou de les inciter à s'installer durablement sur ce territoire. Les réseaux de techno-systèmes sont les infrastructures à savoir, les réseaux routiers, les ports, aéroports,...et les réseaux de communication qui permettent l'échange des informations à temps et à moindre coût. Autrement dit, une ville urbaine intelligente et durable.

Les pôles de compétitives, la dernière version des clusters permet la construction de ces réseaux d'écosystème et de techno-système. Ce qui fait que, les collectivités locales ont appelées à mettre en œuvre ces types d'organisation territoriale à fin, d'assurer premièrement un développement durable, mais aussi, pour rendre le territoire attractif en amont.

---

<sup>45</sup> IBID

## Conclusion :

Un territoire doit être habité, transformé et partagé<sup>46</sup>. Ce travail ou cette action sur le territoire est le fait de la territorialisation. Aujourd'hui, la territorialisation s'exerce à travers des grands projets d'aménagement et d'investissements où l'ensemble des acteurs territoriaux contribuent à leurs réalisations. Ces projets territoriaux donnent une nouvelle représentation au territoire en question, une représentation qui se traduit par la territorialité.

L'attractivité d'un territoire est un projet qui nécessite la mise en œuvre des différents projets de constructions qui permettent de rendre ce territoire attractif. Le processus de construction nécessite à lui aussi la mise en réseau des différents acteurs par des réseaux d'écosystèmes et de techno-systèmes.

L'attractivité territoriale est une pratique en soi où tous les acteurs territoriaux doivent être impliqués dans ce processus. Elle est un ensemble d'activités à savoir la veille territoriale qui est stratégique à la fois et qui permet de se renseigner et de se positionner. Le marketing territorial permet la commercialisation et la promotion d'une image territoriale attractive. Un projet territorial est une démarche à suivre, de diagnostic territorial à la fixation des objectifs communs, à la location des ressources, sa réalisation, tout en contrôlant et en évaluant l'action en elle-même.

La collectivité locale a le pouvoir d'initier, de contrôler, de réaliser,..des projets territoriaux. Elle est un acteur local majeur lorsqu'elle joue son rôle effectivement.

---

<sup>46</sup>C. Raffestin ; « le rôle des sciences et des techniques dans les processus de territorialisation » ; Revue européenne des sciences sociales ; 1997 ; [www.archive-ouvert.unig.ch](http://www.archive-ouvert.unig.ch) .

# ***Chapitre II***

---

## Introduction

*L'attractivité du territoire ne peut être dissociée du tissu touristique ;*

*Nathalie Fabry<sup>1</sup> ;*

Les territoires sont attractifs de ce qu'ils offrent comme avantages par rapport aux ressources données ou construites. Parmi ces ressources, des ressources qui peuvent être exploitées en tourisme ou, pour créer et construire des destinations touristiques.

Dans ce chapitre, nous allons essayer de répondre à la question sur l'attractivité en nous basant sur des données touristiques. C'est-à-dire, comment développer son attractivité à travers le tourisme ? Ou plus exactement ; peut-on développer une attractivité via le tourisme ? Pour cela, on a organisé ce chapitre en deux sections, la première est consacrée à la notion du tourisme pour comprendre c'est quoi le tourisme en général. Et la deuxième porte sur l'attractivité construite autour des ressources touristiques, que ce soit naturelles ou construites.

Dans la première section, nous allons essayer de présenter la notion du tourisme, pour mieux comprendre comment l'exploiter pour développer une attractivité d'un territoire ensuite. C'est pour quoi on a structuré cette section ainsi : de définir la notion du tourisme et de mentionner son évolution à travers le temps. De parler d'une industrie à part qui est le tourisme pour le mettre en valeur. Ce qui permettra de penser de l'orienter vers une attractivité territoriale et comme deuxième angle de définition du tourisme. Aussi, de présenter les différents types de tourisme, ce qui ouvre plus de possibilités d'investissement pour construire une destination touristique, dans un autre élément à traiter dans cette section. Une destination touristique est un projet territorial qui nécessite l'implication de différents acteurs pour sa réalisation, ce qui nous a permis de parler des acteurs et de projets touristiques.

La deuxième section est consacrée à l'attractivité en mettant en avant le tourisme. L'attractivité d'une destination touristique au lieu de la notion du territoire, car on parle d'une destination touristique dans le tourisme. Puis expliquer comment cette destination se construit à travers un projet d'aménagement territorial qui favorise une forme d'attractivité, qui est les clusters du tourisme. Le marketing pour faire connaître la destination et le tourisme durable qui est un enjeu et un thème d'actualité. Tout cela ne peut se faire sans la contribution des différents acteurs sous forme d'un système de gouvernance locale qui le permette. Et en conclusion, c'est de mettre en évidence le tourisme comme vecteur d'attractivité en illustrant cela avec des données de l'OMT\*.

---

<sup>1</sup> A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; mémoire ; univ Toulouse II ; 2014.

\*l'OMT : organisation mondiale du tourisme. Créée en 1975.

## Section I : Le Tourisme

« Définir le tourisme par le touriste – comme on le fit longtemps par référence aux voyageurs individuels des époques pionnières – ne saurait aujourd'hui suffire : les territoires et leurs aménagements, de même que les flux et les impacts économiques, font indiscutablement partie de la définition et de l'analyse »

*Cazes, Georges, Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs, 1992<sup>2</sup>*

Le tourisme est devenu le phénomène le plus marquant dès les années cinquante du XX<sup>ème</sup> siècle. Ce phénomène sous-théorisé selon *Boyer*<sup>3</sup> et mal reconnu scientifiquement selon *Kadri* (2012)<sup>4</sup>, faute de consensus des auteurs sur sa définition. La définition de l'OMT qui est une définition plus statistique<sup>5</sup> et qui trempe, de fait qu'elle s'intéresse aux voyageurs plus qu'aux autres dimensions du tourisme, trouve son utilité et elle représente la définition référence du tourisme.

### II-1-1) Définition du Tourisme :

Le tourisme, est lié au déplacement pour but de loisir<sup>6</sup> et non pas pour exercer une profession ou être rémunéré. Il s'effectue en période de vacance (*Lozato-Giotart*)<sup>7</sup>, ou dans la période de non travail quand l'individu décide d'en faire (*Diawally-Fllamo*)<sup>8</sup>.

Le tourisme revient du mot anglais « *tourism* » (1792)<sup>9</sup> qui vient de mot « *the tour* » pour passer à son dérivé<sup>10</sup> « *tourist* ». Avec la révolution industrielle deux pratiques à savoir la *villégiature aristocrate* et la pratique de *tours* ont été pratiqués par les aristocrates anglais. Pour la première pratique, c'est d'aller vers les campagnes et les plages pour se reposer. Et la deuxième, c'est un tour organisé par ces aristocrates anglais de *Calais* en *France* jusqu'à *Paris*, aux *Alpes Suisse* puis *Rome* en *Italie*. C'est un tour curieux pour mieux connaître et découvrir les différentes cultures et arts en Europe, surtout pour l'Italie. Et depuis 1872, Paris

<sup>2</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèse ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>3</sup> C. Demen Mayer ; « le tourisme, essai de définition » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>4</sup> M. Boivin ; « le rôle du développement durable dans l'attractivité touristique urbaine » ; thèse ; univ Montréal ; 2016.

<sup>5</sup> Boyer ; « C. Demen Mayer » ; « le tourisme, essai de définition » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>6</sup> « qu'est ce que le tourisme » ; [fits.tourismesolidaire.org](http://fits.tourismesolidaire.org) ; consulté le 16/07/2018.

<sup>7</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèse ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>8</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèse ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr)

<sup>9</sup> La première apparition de ce mot en anglais.

<sup>10</sup> M. Boivin ; « le rôle du développement durable dans l'attractivité touristique urbaine » ; thèse ; univ Montréal ; 2016.

nomme les voyageurs anglais « *touristes* » puis la notion du « *tourisme* » apparaît pour désigner ce voyage.

La définition du tourisme diffère d'un pays à un autre, tout en adaptant la définition de l'OMT aux spécificités de chaque une d'entre elles. Pour l'UE, c'est un voyage hors de son domicile à une nuit minimum, à trois jours et s'il dépasse quatre jours, c'est des vacances. Aux USA, il est considéré touriste s'il se déplace plus de 160 Km, même s'il passe la nuit chez lui. Au Canada, ceux sont les mêmes critères que l'USA sauf qu'à une distance de 80 Km. L'Australie au moins 40 Km mais le Royaume-Uni, et en négligeant la distance, il faut qu'il passe au moins une nuit en dehors de son domicile. Sont pris, ces définitions, la durée et le déplacement comme élément de définition du tourisme. La définition du tourisme diffère d'un pays à un autre mais pour la plupart de ces pays, le tourisme est un déplacement hors de son domicile et de sa région, pour parler de la distance, pour une journée au minimum.

La définition la plus adaptée du tourisme, que ce soit pour les pays ou les auteurs, est celle de l'OMT qui le définit comme : « *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 non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité* »<sup>11</sup>. Cette définition met l'accent sur le fait de se déplacer en dehors de son environnement habituel, ce qui exclut les touristes locaux. Autre chose, c'est un déplacement, le tourisme, en dehors du temps du travail sans être rémunéré (*Lozato-Giotart*)<sup>12</sup>, mais l'un des motifs défini par l'OMT est le déplacement pour affaires. Dans une explication donnée à ce motif<sup>13</sup>, est que ce déplacement est sous la charge de l'employeur et l'individu ne dépense rien. Mais en contrepartie, il est rémunéré pour ce déplacement, ce qui rend cette définition plus statistique selon *Boyer*<sup>14</sup>. Une définition qui représente l'ensemble des consommations selon cet auteur. Autrement dit, tourisme égale consommation des biens, services,... à cause du déplacement des personnes nommés « *touristes* »<sup>15</sup>.

L'OMT qui s'intéresse plus aux données statistiques pour mesurer ce phénomène, en termes de personnes déplacés, des recettes générées, des dépenses engagées, des acteurs mobilisés,... a mis l'accent sur le touriste dans sa définition. Pour cette organisation, le tourisme est l'ensemble des activités qu'un touriste effectue tout au long de son déplacement. En précisant que c'est un déplacement hors de son environnement habituel, ce qui exclut les déplacements internes. Avec une ambiguïté qui caractérise les critères des différents motifs du tourisme. L'OMT et avec sa définition, a mis de côté un très grand nombre d'acteurs qui sont tous liés au tourisme, ce qui limite cette définition.

L'approche systémique définit le tourisme, comme « *Système d'acteurs, de pratiques et d'espaces qui participent à la récréation des individus par le déplacement et l'habiter*

<sup>11</sup> M. Boivin ; « le rôle du développement durable dans l'attractivité touristique urbaine » ; thèse ; univ Québec à Montréal ; 2016.

<sup>12</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèse ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>13</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèse ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).

<sup>14</sup> C. Demene Meyer : « le tourisme, essai de définition » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

<sup>15</sup> Boyer ; « C. Demene Meyer : « le tourisme, essai de définition » » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

*temporaire hors des lieux du quotidien* »<sup>16</sup>. Pour cette approche qui regroupe des géographes et spécialistes en tourisme, le tourisme est un ensemble d'acteurs reliés entre eux dans un espace donné pour exercer des activités qui permettent aux individus la récréation. Le tourisme, de cette définition, est une activité complexe qui regroupe autant d'acteurs réunis autour d'un ou plusieurs projets touristiques, dans un espace donné pour offrir des produits touristiques qui permettent la récréation et la détente. Cette définition prend l'espace en considération comme il est le lieu visité et qui offre des produits touristiques (sites, activités, évènements,..), autour desquels, ces activités, un ensemble d'acteurs est aménagé pour accueillir les individus « touristes ». La complexité d'acteurs est aussi dans les pratiques c'est-à-dire, que le tourisme est un système d'acteurs et de pratiques. Car la complexité d'acteurs se réalise par le nombre important d'acteurs qui sont impliqués dans le tourisme. Les touristes, les investisseurs qui sont multiples, les collectivités locales,...pour la complexité des pratiques c'est la diversité des motifs du tourisme en premiers et la diversité d'activités du tourisme en deuxième. Autrement dit, le touriste se déplace pour des différents motifs et pour concevoir une offre touristique, plusieurs pratiques ou activités qui doivent être exercées.

Le tourisme répond à la fois aux exigences des personnes qui se déplacent et aux acteurs liés à ce déplacement (*Kozak et Martin, 2012*)<sup>17</sup>. Le tourisme n'est pas seulement un voyage ou un déplacement, c'est aussi un phénomène<sup>18</sup> social, économique et culturel qui regroupe plusieurs activités pour concevoir une offre touristique. Car pour plusieurs individus, ce déplacement est un déplacement curieux qui permet de découvrir d'autres civilisations, cultures, sociétés,...et il est phénomène économique de ce qu'il génère en termes d'activités économiques.

*McIntosh* (1977<sup>19</sup>) définit le tourisme ainsi: «*Tourism can be define as The science, Art and business of attracting and transporting visitors, accommodating them and graciously catering to their needs and wants*». Pour *McIntosh*, le tourisme est à la fois une science, un art est une activité d'attraction, de mobilisation ou de transport des touristes en satisfaisant leurs besoins avec des activités de loisir, de restauration,... *McIntosh*, porte la définition du tourisme à une autre dimension qui est le fait de répondre aux besoins des touristes mais avant, de les attirer par l'art d'attraction en offrant des produits de qualité selon cet auteur.

Les facteurs du tourisme sont naturels, économiques et historiques, c'est-à-dire, ce qui rend un lieu touristique, c'est sa nature, son histoire,...et d'autres spécificités issues du patrimoine des territoires. Que ce soit des données naturelles ou construites qui assurent l'originalité et la spécificité d'un territoire quelconque.

<sup>16</sup> Knafou & M. Stock ; « article « tourisme » dans le dictionnaire géographie » ; [www.geoconfluence.ens-lyon.fr](http://www.geoconfluence.ens-lyon.fr)

<sup>17</sup> E. Pomeanu ; « le tourisme durable et sa contribution au développement régional » ; thèse ; univ Toulon, 2013. [www.archive-ouvert.fer](http://www.archive-ouvert.fer) .

<sup>18</sup> « Tourisme, Voyage par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org) vue le 17/07/2018.

<sup>19</sup> C. Demen Mayer ; « le tourisme, essaie de définition » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).

Le tourisme exige au moins une nuit en dehors de son domicile et en dehors de son temps de travail avec le choix de la destination touristique qui répond aux besoins des individus nommés « touristes ».

### II-1-2) L'Industrie du Tourisme :

Le tourisme donc, est un ensemble d'acteurs, d'activités, de pratiques, dans un espace donné qui permet la récréation et la détente aux individus. Cet ensemble d'activités et de pratiques qui regroupe des différents acteurs peut-il constituer une industrie à part ? C'est-à-dire que le tourisme en dehors de ses définitions théoriques, ou de fait de le considérer un phénomène du XX<sup>ème</sup> siècle, offre la possibilité d'investir et de produire des produits qui répondent à ses spécificités en tant que secteur et aux exigences des consommateurs/ touristes. C'est en quelque sorte, de préciser l'autre dimension du tourisme comme la définition la plus courante ne prend que le touriste en considération.

De fait que l'industrie exige des produits homogènes (*Nobbs*)<sup>20</sup>, ce qui exclut le tourisme d'être considéré comme une industrie. Mais certains auteurs le considèrent de fait qu'il offre des produits qui sont intangible sous forme des services, en se référant à la définition de *Medlik* et *Meddelton* du produit : « est un amalgame de plusieurs composantes »<sup>21</sup>. Et avec la tendance d'offrir des produits hétérogènes dans les services beaucoup plus, le tourisme est une industrie qui a sa part dans l'économie sans qu'elle soit matérialisée, dit *Kaiser* et *Helber*<sup>22</sup>. Une industrie qui regroupe autant d'activités, d'entreprises, et de ressources pour ces deux auteurs. En plus, et contrairement aux autres industries, elle ne transforme rien en matière première, il ne transporte rien mais c'est le consommateur/touriste qui vient vers le produit (*Boyer*)<sup>23</sup>. C'est la spécificité du tourisme, ou de cette industrie, est que le consommateur doit se déplacer pour satisfaire son besoin.

Le tourisme qui regroupe autour des différents acteurs, donne la possibilité d'investir pour réaliser des gains en offrant des produits touristiques. Au-delà de la définition théorique qui s'intéresse beaucoup plus aux déplacements des individus au cours desquels, ils consomment des produits et des services, le tourisme est une industrie qui veille à la satisfaction des besoins exprimés par ces individus. Donc le tourisme est aussi une industrie qui se charge de la production et de la promotion des produits qualifiés « touristiques ». Autrement dit, le tourisme n'est pas seulement un déplacement mais aussi, une activité qui accompagne ce déplacement. En d'autres termes, l'individu se déplace pour des différents motifs et le tourisme en tant qu'industrie, cherche à satisfaire ses besoins, le touriste, au cours de son déplacement en lui offrant des produits qui rendent ce déplacement marquant.

<sup>20</sup> C. Donne, « essai de définition du tourisme », [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>21</sup> C. Donne, « essai de définition du tourisme », [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>22</sup> C. Donne, « essai de définition du tourisme », [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>23</sup> C. Donne, « essai de définition du tourisme », [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

Le tourisme est reconnu comme la « *première industrie mondiale* »<sup>24</sup> de fait du nombre d'acteurs intervenant et les chiffres enregistrés dans ce secteur. Comme il présente l'un des secteurs stratégiques pour un avenir sécurisé. Selon l'OMT<sup>25</sup>, les recettes dégagées de ce secteur ont dépassé les 2 milliards de dollars en 1950, 104 en 1980, 450 milliards de dollars en 2000 et 1260 milliards de dollars en 2015. Ce qui représente, selon l'OMT, 12% de PIB mondial et le 11<sup>ème</sup> secteur qui crée de l'emploi direct ou indirect. Ce qui correspond à 12% des recettes fiscales des nations et 30% des exportations des services au monde.

De ce fait, le tourisme est une industrie, c'est-à-dire que le « tourisme » désigne aussi l'ensemble d'activités, non pas effectués par le touriste comme c'est le cas dans la définition de l'OMT, mais des activités qui permettent de répondre aux besoins des consommateurs/touristes.

### II-1-3) Types du Tourisme :

L'industrie du tourisme regroupe autant d'acteurs et autant de spécialités et les motifs de déplacement sont aussi variés. Ces motifs selon l'OMT<sup>26</sup> sont :

- ✓ loisirs, détente et vacances ;
- ✓ visites à des parentes et amis ;
- ✓ affaires et motifs professionnel
- ✓ traitement médical
- ✓ religion et pèlerinage
- ✓ autres.

Cette variation des motifs de déplacement a fait que l'offre touristique s'est adaptée, à cette variation des motifs, pour répondre à la demande en tourisme. Le déplacement est à des multiples raisons et l'offre essaye d'accompagner cette demande. Ce qui donne lieu à des différents types du tourisme<sup>27</sup>.

- ✓ **Le tourisme culturel** : ce genre de tourisme s'intéresse aux édifices religieux ou civils, aux villes antiques, au patrimoine culturel écrite ou oral, aux coutumes et aux traditions,...l'individu ou le touriste, cherche à découvrir et à apprendre sur les cultures des autres. et les investisseurs de leurs part l'accompagnent par leurs offres, que ce soit les voyages à des lieux touristiques, des guides historiques, des spectacles qui réalisent des scènes historiques,...
- ✓ **Le tourisme sportif** : s'intéresse aux événements sportifs différents, rallye, cyclisme, jeux olympiques,...les touristes profitent de ces événements sportifs pour visiter le lieu d'organisation et de suivre l'évènement sportif lui-même. A l'exemple de Barcelone en Espagne qui attire des touristes qui sont les fans de l'équipe image de

<sup>24</sup>S. Merasli ; « Les qualités du tourisme » ; [journals.opendition.org](http://journals.opendition.org) ; consulté le 27/07/2018.

<sup>25</sup> « Tourisme, Voyage par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

<sup>26</sup> « qu'est ce que le tourisme » ; [fits.tourismesolidaire.org](http://fits.tourismesolidaire.org).

<sup>27</sup> « types de tourisme » ; [www.fmag.unict.it](http://www.fmag.unict.it).

cette ville. Les autres acteurs profitent de ces événements sportifs pour offrir des produits qui répondent, ou de créer, le besoin de consommation. Comme il s'intéresse à l'activité sportive elle-même, c'est-à-dire que le touriste voyage pour pratiquer cette activité sportive.

- ✓ **Le tourisme d'affaire** : c'est le tourisme ou les personnes voyagent pour des affaires reliées au travail. Paris est devenue la ville du tourisme d'affaire. En plus de Paris on trouve *kuala-lumpur*, *Hong-Kong*, *Dubaï*,...les investisseurs offrent un produit touristique qui correspond à ce type de clients.
- ✓ **Le tourisme culinaire ou gastronomique** : s'intéresse à la gastronomie ou le touriste cherche l'authenticité culinaire. L'Australie et l'Asie orientale sont les leaders dans ce type du tourisme.
- ✓ **Le tourisme religieux** : le touriste visite des lieux saints et des lieux religieux.
- ✓ **Le tourisme médical** : c'est un déplacement pour des raisons de soin, ou d'autres services accompagnent le service de soin au profit de l'intéressé et de ces accompagnants.

Il existe d'autres types du tourisme et le motif désiré les définit, le tourisme blanc, le tourisme bleu, le tourisme vert, le tourisme équitable.... Et pour chaque motif de déplacement, il existe une offre qui répond à ce besoin.

Selon l'OMT<sup>28</sup>, 50% des voyageurs en 2016 ont voyagé pour des raisons de détente et de loisir contre à 15% pour des affaires. Un quart pour d'autres motivations, pèlerinage, visite familiales. 54% de ces voyageurs utilisent l'avion comme transport, 39% c'est la route, 2% utilisent les rails et 5% pour le transport maritime.

#### II-1-4) La Destination Touristique :

Le « touriste » voyage pour plusieurs motifs à des destinations différentes pour répondre à son besoin, que ce soit en termes de business, loisir, ... ou autres.

Une destination est un espace, un territoire qui offre aux individus, ou à cet acteur des avantages touristiques.

Pour *Kadri*<sup>29</sup> une destination est : « *un ensemble dynamique de projets conçus comme efforts intentionnels et intéressés des acteurs intervenants dans la construction de la destination. Ces projets à la fois différenciés mais concourants à la formation d'un projet intégré, renvoient à des dimensions diverses* ». Autrement dit, C'est un processus constructif qui vise la transformation d'un espace, ou territoire, à une destination à travers la mise en œuvre des différents projets qui permettent de répondre aux besoins des différents acteurs en tourisme.

<sup>28</sup> L'OMT ; « Tourisme, Voyage par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

<sup>29</sup> A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; mémoire, univ Toulouse II, 2014.

Cette construction nécessite la mise en réseau de ces différents acteurs, qui forment cette structure, *système dynamique*. Un système dynamique accepte à la fois des entrées et des sorties. Pour les entrées ceux sont les objectifs fixés avec la mise en œuvre des moyens pour les réaliser. Les sorties sont cette nouvelle construction qui engendre une transformation de territoire à une destination touristique. D'une autre manière, une destination touristique est un projet en elle-même, conçue en un ensemble de sous projet qui permettent de satisfaire les besoins des acteurs du tourisme, à savoir les « touristes ».

Un touriste choisi sa destination pour ce qu'il lui offre comme avantage en matière de loisir, culture, santé, affaires,...cette destination est un territoire transformé pour construire cette dernière. La transformation d'un territoire à une destination touristique dépend de ce que ce dernier possède comme ressources spécifiques et génériques. Autrement dit, la décision de rendre un territoire une destination touristique dépend de ces spécificités ressources, données ou construites et avec l'implication de différents acteurs.

### II-1-5) Les Acteurs du Tourisme :

Les acteurs du tourisme sont nombreux voire même difficile de les citer. Des acteurs directs et d'autres indirectement impliqués, ce qui rend cette industrie l'une des plus créatrices d'emplois.

- ✓ **Le touriste** : l'acteur principal qui se trouve au cœur du système d'acteur du tourisme. Le touriste par définition est une personne qui voyage et qui se déplace en dehors de son lieu habituel par curiosité et dévouement<sup>30</sup> pour plus de 24h et moins d'un an. Donc, le touriste est un voyageur et non un visiteur dit l'OMT de fait que le visiteur rentre le jour même.
- ✓ **acteurs privés** : on trouve ceux qui sont occupés de l'hébergement, de la restauration, des activités de transport, des activités d'animation et de loisir, des activités thermales et de mise en forme. Les voyagistes et les agences de voyages....Et bien d'autres qui sont impliqués directement ou indirectement.
- ✓ **Acteurs publics** : les collectivités locales sous la tutelle de ministère de l'intérieur, le ministère du tourisme, le ministère de la culture, le ministère du sport et de la jeunesse, ministère des affaires étrangères, ministère de l'environnement et de l'aménagement des territoires. Ce sont tous impliqués directement ou indirectement.
- ✓ **Les organismes non-gouvernementaux** : qui interviennent eux aussi dans la vie touristique, surtout en ce qui concerne la protection de l'environnement.

Ce sont les différents acteurs en général, qui interviennent, que ce soit directement ou indirectement dans l'industrie du tourisme ou dans le tourisme.

---

<sup>30</sup> « Tourisme, Voyage par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org) .

\* « qu'est ce que le tourisme » ; [fits.tourismesolidaire.org](http://fits.tourismesolidaire.org) .

Les acteurs privés, publics sont mobilisés pour satisfaire le touriste qu'est l'acteur principal du tourisme.

De leurs parts, les organismes non-gouvernementaux ont pour rôle d'équilibrer ce système de réseau.

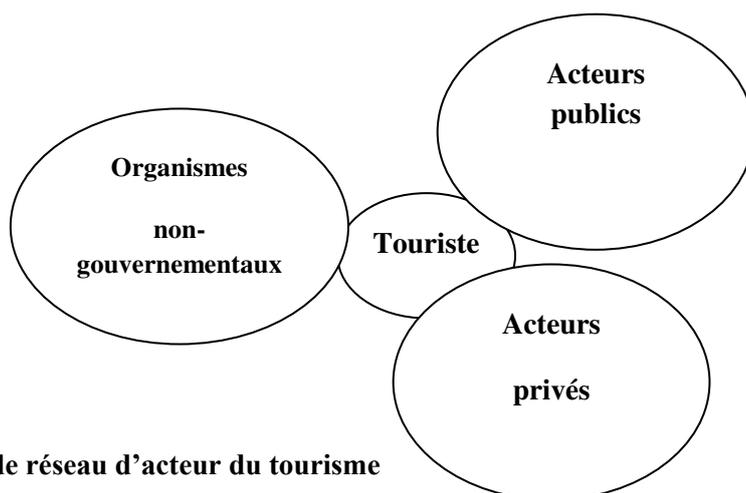


Figure01\* : représentation du système de réseau d'acteur du tourisme

## II-1-6) Animer son Projet Touristique :

L'ensemble des acteurs du tourisme sont en interconnexion autour d'un ou plusieurs projets touristiques.

Un projet est une image<sup>31</sup> futuriste qu'on souhaite atteindre, et pour le faire, un travail doit s'effectuer. C'est d'animer et d'orienter ce projet qui est au départ une imagination d'un futur. C'est une adaptation<sup>32</sup> d'une vision en allouant les ressources nécessaires pour le réaliser, ce projet. Cette dernière, la réalisation, doit répondre à trois<sup>33</sup> exigences : le délai ; les moyens et les objectifs, ce qui nécessite une animation.

L'animation d'un projet touristique est l'œuvre de tous les acteurs territoriaux avec des acteurs leaders. Dans un territoire donné, la collectivité locale, ou le décideur public, joue un rôle considérable dans l'animation de ce genre des projets en assurant une construction de réseau écosystème et techno-système pertinents. Qui à leur tour assurent, ces réseaux, une dynamique territoriale orientée vers la réalisation de ces différents projets touristiques. Les autres parties prenantes, acteurs territoriaux, ont leur part de responsabilité pour assurer la réussite, et la réalisation en premier, de ce projet.

Définir un projet territorial de type touristique, qui répond aux besoins des différents acteurs territoriaux, pour qu'il l'approprie, ces acteurs, et le considère comme une image représentative à eux et de territoire en question. Les investisseurs doivent offrir un produit de valeur que le consommateur/touriste apprécie, c'est le point de départ de toute réussite. Cette offre ne peut être possible sans avoir formé des ressources humaines, car dans le tourisme, l'apport des fonctionnaires est considérable. Car ce sont eux qui sont en contact avec le

<sup>31</sup> Ch. Morley ; « Gestion d'un projet ; système d'information : principes, techniques, mise en œuvre et outil » ; DUNOD ; France ; 2006.

<sup>32</sup> N. Kechih ; « veille technologique et l'obtention d'un avantage concurrentiel » ; mémoire ; univ UMMTO ; 2014.

<sup>33</sup> Ch. Morley ; « Gestion d'un projet ; système d'information : principes, techniques, mise en œuvre et outil » ; DUNOD ; France ; 2006.

client/touriste, que ce soit en restauration, hébergement, transport,...et toute activité qui a trait au tourisme. Orienter son activité touristique vers le développement durable pour saisir les opportunités, comme il doit être, le développement durable, un objectif de tout le territoire « acteurs territoriaux ». Aussi, il faut assurer la mobilité des acteurs, surtout les touristes, par des infrastructures et des agences de voyages.

L'animation d'un projet touristique revient aux différents acteurs du tourisme réunis autour d'un ou plusieurs projets territoriaux. Un projet qui répond aux différents besoins de ces acteurs en matière de développement économique, social et environnemental.

## Section 2 : Le Tourisme Vecteur d'Attractivité Territoriale:

*« L'attractivité d'un territoire repose sur trois piliers : le tissu productif, le tissu résidentiel et le tissu touristique ».*

N.Fabry<sup>34</sup>

Un territoire peut devenir attractif s'il mène une stratégie orientée vers l'attractivité à travers la valorisation de ses ressources, construites ou données. Un vecteur, ou un élément avec lequel un territoire peut exploiter son potentiel en matière de ressource est le tourisme qui assure l'originalité d'une destination touristique.

### II-2-1) L'Attractivité d'une Destination Touristique :

L'attractivité est donc cette capacité à attirer des ressources à travers l'attraction des individus ou des investisseurs. Et pour une destination touristique, c'est la capacité d'attirer des acteurs du tourisme à un territoire donné. Pour qu'un territoire devienne une destination préférée un travail de construction doit être mené, puis cette destination va chercher à être attractive davantage avec d'autres projets de développement.

L'attractivité d'une destination se mesure à travers le nombre d'arrivés, de séjours, de dépenses et de projets menés en ce terme. Pour l'attractivité, une destination ou un territoire est attractif s'il attire des acteurs à venir s'installer ou de maintenir ces acteurs locaux. Pour une destination touristique, elle est attractive si elle peut attirer des investisseurs à se localiser, dans le but de mener des projets touristique durable ce qui rend cette destination, attractive dans le temps et dans l'espace. Attractive dans le temps car elle représente toujours une destination préférée pour les touristes ou les investisseurs. Dans l'espace quand elle s'impose devant d'autres destinations. Aussi, si elle attire les touristes pour consommer les produits touristiques qu'elle offre.

L'attractivité d'un territoire se construit avec la mise en œuvre des projets touristiques qui permettent, une dynamique spatiale. Cette dynamique est le fait de relier les différents acteurs d'un territoire, destination touristique, autour des projets touristiques qui procurent la prospérité et la durabilité à ces derniers. Plusieurs acteurs qui sont impliqués en vue de construire une destination touristique attractive et durable, ce qui implique leur mise en réseau afin de collaborer pour la construire.

Une destination doit répondre à quatre caractéristiques<sup>35</sup> pour qu'elle soit attractive. La première est la *possession des ressources naturelles ou créées* perçues comme avantages compétitif. En deuxième lieu, c'est la *possibilité d'élaborer des stratégies* qui rend, ce

<sup>34</sup>N.Fabry : « les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l'attractivité des territoires », [www.cairn.fr](http://www.cairn.fr)

<sup>35</sup>N.Fabry : « les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l'attractivité des territoires », [www.cairn.fr](http://www.cairn.fr)

territoire, compétitif. Troisièmement, *l'implication des autorités publiques* pour la rendre, compétitive. Et en quatrième lieu, c'est de *recevoir une demande touristique forte et ciblée*. L'attractivité d'un territoire nécessite l'implication de tous les acteurs territoriaux pour réussir ce projet territorial qui est une destination touristique. Mais aussi, et après avoir construit cette destination ou ce projet, il faut qu'il y ait est une demande touristique qui assure des revenus pour le maintenir, ce projet, et le rendre durable.

## II-2-2) Aménagement du Territoire :

Une attractivité ne peut être atteinte ou réalisée sans la préparation d'un climat favorable qui permette à une destination de devenir attractive.

L'aménagement du territoire permet de transformer le territoire d'une manière à optimiser la consommation de l'espace tout en pensant durablement. C'est un ensemble d'actions menées par les acteurs publics ou par des acteurs privés, auxquels des tâches ont été confiées, dans le but de créer un ordre spatial qui favorise le développement territorial<sup>36</sup>. A travers cette action publique, la construction des réseaux devient plus efficace du fait que les autorités publiques créent un ordre spatial qui permet de déposer les acteurs et les activités en ordre sur ce territoire. Cet ordre prend en considération les relations et les synergies existantes entre différents acteurs. L'aménagement du territoire permet donc, de déposer les acteurs territoriaux en ordre et de développer des techno-systèmes qui relient ces différentes acteurs (routes, ponts, réseaux de télécommunication,...) et des réseaux d'écosystèmes qui relient ces acteurs entre eux, ce qui permet une cohérence entre acteurs et territoire.

Dans le cas du tourisme, l'aménagement du territoire permet de préparer une destination à devenir attractive du fait de la transformer et de la construire en mettant les dispositifs et les mécanismes qui le permettent.

Les autorités publiques, qui sont à l'origine de toute initiative d'aménagement, peuvent initier des projets d'aménagement pour rendre un territoire donné une destination touristique en le transformant. Cette transformation, ou cette construction d'une destination, nécessite la mise en réseau des acteurs, en premier lieu, les investisseurs, afin de mener des projets touristiques sur ce territoire. Cette vision ou cette politique d'aménagement favorise et encourage les investissements dans le cadre du tourisme, ce qui engendre un regroupement des acteurs intéressés par ce secteur sur ce territoire. Ce regroupement d'acteurs et cette orientation ciblée, des projets d'investissement vers le tourisme, rend ce territoire une destination touristique.

Autrement dit, la politique d'aménagement orientée vers le tourisme rend un territoire une destination touristique. Cette politique se traduit par des actions ou des projets touristiques, ce qui donne une image et une identité touristique à ce territoire.

<sup>36</sup> Aménagement du territoire ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org);2016

Cette politique trouve son sens avec les différentes formes de regroupement des acteurs territoriaux qu'on a vus dans le premier chapitre et les clusters font partie.

### II-2-3) Clusters du Tourisme :

Une stratégie adaptée qui permet la mise en réseau des différents acteurs en matière de tourisme est les clusters du tourisme.

Après l'avoir adaptée dans l'industrie, la notion de cluster est aussi utilisée dans le tourisme dans le but de créer des synergies entre les différents acteurs.

Une destination touristique ne peut le devenir sans la coopération entre acteurs qui n'exclut pas la compétitivité entre eux. En tourisme c'est un tout, de fait que ses acteurs sont multiples et indissociable.

Un cluster du tourisme offre cette possibilité de travailler tous ensemble dans une logique gagnant/gagnant. Parce que le tourisme est des infrastructures routiers, des ports, aéroports, des agences de voyages, des hôtels et restaurants, des théâtres et cinémas, des parcs de loisir, infrastructures de sport, plus les sites touristiques, que ce soit historiques ou naturels ou autres. Ce qui fait qu'une destination touristique nécessite un travail de construction qui implique l'intervention de différents acteurs.

Pour revenir à la notion de cluster du tourisme, est un regroupement des acteurs du tourisme dans un espace géographique pour construire une destination touristique dans le sens de développer son attractivité, cette destination. Ce regroupement est favorisé par l'existence d'un potentiel touristique qui aide à la construction d'une destination touristique. Ce potentiel est un ensemble des ressources naturelles ou construites, avec une volonté gouvernementale qui se traduit par la mise en œuvre des dispositifs qui encouragent l'investissement dans le tourisme, plus des mécanismes de mise en réseau techno-système et écosystème.

En fait, un cluster du tourisme assure une diversification dans les activités offertes, ce qui permet une durabilité et une attractivité plus considérable. Car dans un cluster du tourisme, ce qui donne un sens à une destination et une image<sup>37</sup>, regroupe autant d'acteurs qui offrent des produits qui se complètent. La construction d'un cluster est le résultat d'une stratégie de vendre une image (*Novelli*)<sup>38</sup> que tous les acteurs participent à sa création, que ce soit la destination ou l'image de la destination en question.

Cette vision s'inscrit dans une logique de regroupement qui permet la formulation et la construction des réseaux d'acteurs. Que ce soit vertical pour les entreprises concurrentielles ou horizontales pour les entreprises qui se complètent. Les réseaux bien construits augmentent l'attractivité d'une destination touristique.

<sup>37</sup>N.Fabry ; « cluster de tourisme » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

<sup>38</sup>N.Fabry ; « cluster de tourisme » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)

#### II-2-4) Le Marketing d'une Destination :

Le marketing a pour vocation la fidélisation de la clientèle après avoir la faire reconnaître au produit en question. C'est une fonction qui vise la durabilité, c'est-à-dire d'assurer la consommation de produit en fidélisant les clients. De ce fait, cette fonction est indispensable pour une destination touristique pour qu'elle attire des clients qui sont des touristes.

A ce niveau, le marketing doit être adapté aux spécificités de produit en question, qui est la destination touristique. Autrement dit, le marketing est la promotion d'un produit et la fidélisation de la clientèle en adaptant des pratiques et des méthodes, de marketing, aux produits touristiques divers et à la destination touristique elle-même.

Le marketing touristique est l'adaptation de l'offre touristique aux besoins des consommateurs/ touristes , et selon j. Krippondore : « *le marketing touristique est une adaptation systématique et coordonnée de la politique d'entreprise touristique privée et de l'Etat, sur le plan local, régional, national et international, à une satisfaction optimale des besoins de certains groupes déterminés de consommateurs, tout en obtenant un profit approprié* »<sup>39</sup>. En interprétant cette définition, les acteurs territoriaux d'une destination touristique, que ce soit privés ou étatiques (publics), doivent travailler tous ensemble et en étroite collaboration pour adapter leurs politiques d'investissement en tourisme, aux besoins exprimés par les consommateurs/touriste. C'est-à-dire que le marketing d'une destination ou du tourisme, ce n'est pas une affaire d'un seul acteur qui travail isolément à la promotion de son produit touristique.

Faire le marketing à une destination pour qu'elle devienne attractive, nécessite l'intégration de tous les acteurs à un projet de mise en valeur et de promotion de cette destination. C'est aussi un esprit<sup>40</sup> particulier qui fait du tourisme un produit qui nécessite de le commercialiser. Mais avant, d'assurer le produit lui-même, c'est-à-dire de produire en premier pour faire du marketing. De ce fait, le marketing d'une destination ou, le marketing du tourisme, permet l'attraction des consommateurs/touristes à un territoire donné en présentant une image d'une destination favorable, qui répond aux besoins et aux attentes de ces derniers. C'est aussi l'ancrage de cette image dans leurs esprits à travers les différentes offres que propose cette destination. Car il ne suffit pas de vendre une image sans un contenu qu'il la rende durable en fidélisant les consommateurs et en incitants d'autres à venir.

Ce marketing ne cible pas les touristes uniquement, de fait que les investisseurs aussi seront intéressés par une destination qui est dynamique et qui offre autant d'avantages.

De l'importance qu'a le marketing d'une destination et du tourisme sur l'attractivité, les acteurs territoriaux doivent mener, en premier, un travail de construction d'une destination touristique, pour qu'il y ait un produit à l'offrir aux consommateur/touristes. Cette destination doit répondre aux exigences des différents acteurs et la durabilité est l'une de ces exigences.

<sup>39</sup> R. Lanquar et Hollier « le marketing du tourisme », [www.wikimemoire.com](http://www.wikimemoire.com). 2012.

<sup>40</sup> IBID

### II-2-5) Vers un Tourisme Durable :

Vue la croissance du tourisme en termes des projets touristiques et le nombre des touristes, une influence est engendrée sur les différents aspects, que ce soit économiques, sociaux ou environnementaux. Ces influences sont de natures positives mais aussi, des influences négatives d'où la nécessité d'orienter le tourisme vers une vision durable.

Le tourisme durable est la prise en conscience des différents aspects du développement durable, à savoir, l'économie, la société et l'environnement et l'impact qu'aura le tourisme sur ces derniers. L'attractivité d'une destination est aussi associée à la durabilité dans le sens de développement durable. Après le sommet de *Rio1992*, l'objectif est de mener un tourisme qui tient en compte ces différents aspects, en réduisant les impacts négatifs tout en répondant aux besoins des acteurs en question. L'OMT définit le tourisme durable comme étant : « *Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil* »<sup>41</sup>.

Le développement durable est devenu un enjeu économique pour les entreprises y compris, celles qui sont dans l'industrie du tourisme. Adapter leurs stratégies aux nouvelles tendances et aux nouvelles normes mondiales, c'est d'assurer un avenir prospère. Une réalité est que le tourisme et le tourisme de masse en particulier, a des influences négatives sur l'environnement et la société. Même si en termes d'économie il génère des postes de travail, des revenus, et une fiscalité aux territoires en question.

Pour la société, c'est de fusionner la culture des arrivés à celles des locaux au point, de perdre l'identité locale et de folkloriser la culture locale. C'est aussi l'apparition de certains comportements qui entache les sociétés locales, de fait qu'ils sont des comportements qui ne font pas parti de système de valeur de ces sociétés. Le patrimoine matériel dans des sites historique est aussi en danger, et ce danger s'accroît dans des pays pauvres qui n'ont pas les moyens de le protéger. Le patrimoine immatériel n'est pas à l'abri, quand des touristes exploitent l'ignorance et la pauvreté des locaux pour faire un nom avec des histoires, des rites, des textes, poèmes... qui ne les appartiennent pas.

En ce qui concerne l'environnement, la pollution des endroits touristiques, même de menacer l'équilibre écologique de certaines zones touristiques. Les 23000<sup>42</sup> avions qui transportent les voyageurs sont à l'origine de 2% des émissions de CO<sub>2</sub> au monde. L'apparition des ghettos touristiques qui répondent aux besoins des touristes sans les locaux. Ces ghettos consomment de l'espace et le plus important, qu'ils changent et modifient la structure et la nature des endroits touristiques. Ce phénomène est plus remarquable dans les Caraïbes ou, les locaux, voir même des étrangers, profitent la nature touristique de cette zone pour satisfaire leurs besoins économiques sans penser au retombées environnementales. Ce phénomène est accompagné par une expansion urbaine non planifiée. Le tourisme modifie

<sup>41</sup> A. Dumontrotty : « la demande en tourisme durable » ; mémoire, univ Normandie, 2014.

<sup>42</sup><https://lactualite.com>.

l'image des sites vierges mais aussi, il ne laisse rien aux locaux. A titre d'exemple, aux îles Maurice, il ne reste que trois plages aux publiques, les reste sont attachés aux hôtels.

Les touristes aussi sont appelés à joindre cette vision, car ce ne sont pas les investisseurs qu'ont affaire avec le tourisme durable. Les touristes doivent respecter les dimensions de développement durable, en visitant des lieux touristiques, et les spécificités culturelles et sociales de ces destinations. Ce même citoyen responsable qui participe à la protection de son environnement et à la valorisation de sa culture dans son pays, devient irresponsable et à l'origine de différents dépassements au nom de l'environnement ou de la société d'accueil.

Ceux sont des réalités qui accompagnent le phénomène du tourisme et le développement durable est un élément d'attractivité touristique. C'est pour quoi que les investisseurs ont adaptés cette vision en offrant des produits touristiques qui répondent, comme la mentionne l'OMT, aux besoins actuels et futurs des différents parties prenantes, tout en protégeant l'environnement. Autrement dit, une destination touristique qui ne prend pas en considération ou qui n'adapte pas le développement durable, n'est pas attractives au regard des organisations mondiales, à savoir l'OMT, et les organisations environnementales, même au regard des touristes eux même.

La sensibilisation et la prise de conscience des individus sur les questions de développement durable, a fait qu'une pression s'exerce sur les investisseurs en tourisme, même sur les collectivités locales pour mener un tourisme durable, qui tient compte ces aspects en répondant aux besoins des acteurs.

Un tourisme durable se caractérise selon l'OMT<sup>43</sup>, par un respect des droits de l'homme. Il favorise la dimension interculturelle et éducative. La réduction des émissions de gaz. La préservation de l'environnement, des ressources naturelles, des paysages et de garantir la participation des associés : collectivités, entreprise locales, et des retombées économiques équitables sur le long terme. Ce qui mène les acteurs du tourisme à s'aligner avec cette vision durable du tourisme en adaptant des projets durables.

## **II-2-6) Gouvernance de l'Attractivité d'une Destination Touristique :**

La gouvernance permet la coordination et l'harmonisation entre différents acteurs qui visent la réalisation d'un but commun.

Les acteurs du tourisme doivent s'intégrer aux projets touristiques d'un territoire et de participer à sa construction/reconstruction, ce territoire. Avec leurs apports, tant que investisseurs, administrations ou touristes, population locale, ce qui présentent une diversité et une complémentarité entre partie prenantes. Cette diversité et complémentarité donne une/nouvelle représentation touristique à cette destination. Chaque territoire présente des spécificités propres à lui, ce qui fait la différence entre mode de gouvernance. Des territoires

---

<sup>43</sup> L'OMT, site officiel de l'organisation.

sont dominés par un acteur/ acteurs majeur, et d'autres regroupent des acteurs homogène ou atomisés. Pour le dominateur, c'est lui qui dicte les règles et à qui le dernier mot lui revient. Par contre, dans le cas d'atomicité des acteurs, ils essaient d'arriver à des points communs (*C. Clergaux* et *Ph. Violier*)<sup>44</sup>. Mais la gouvernance tant que processus<sup>45</sup> qui permet la coordination entre acteurs et groupes d'acteurs pour atteindre des objectifs communs, définit collectivement après avoir les discutés. Et dans le sens où chaque acteur contribue dans le processus de prise de décision, quelque soit sa taille et son positionnement, de ce fait, les acteurs d'une destination touristique ont à collaborer tous ensemble, afin de valoriser leurs produits touristiques et d'améliorer l'image de marque de leurs destination pour qu'elle devienne plus attractive.

Cette gouvernance peut prendre trois formes selon *C. Clergaux* et *Ph. Violier*<sup>46</sup>. La première est le pouvoir centré ou *l'action focale*. Un acteur territorial dominant tient le pouvoir et gère ce dernier. Ce type de gouvernance est caractérisé par la centralisation des informations et une structure de gouvernance simple. Généralement, ceux sont les collectivités locales qu'ont ce pouvoir ou un investisseur majeur.

Le deuxième type est la *gouvernance territoriale*, ou la mise en coordination des différents acteurs est la caractéristique de ce type de gouvernance. De ce fait, tous les acteurs participent à la gestion de leurs territoires. Un troisième type est la *gouvernance associative*. Cette gouvernance vise à associer l'ensemble des acteurs pour plus de solidarité entre eux. C'est plus une gouvernance solidaire qu'autre chose, c'est-à-dire que l'ensemble des acteurs participent volontairement à la construction de leur territoire, dans notre cas, de construire une destination touristique.

Un acteur territorial auquel une grande part de responsabilité revient, pour faire réussir tout projet territorial de construction, est la collectivité locale. Cet acteur qui détient le pouvoir anime la vie économique et sociale d'un territoire, a pour rôle de mettre en place des mécanismes qui permettent une meilleure gouvernance locale, qui soit participative et représentative. Pour l'attractivité territoriale en termes du tourisme, c'est la mise en œuvre des projets touristiques qui visent le développement d'une destination touristique. Elle devient attractive par la mise en valeur des ressources données ou construites de ce territoire en matière du tourisme. Donc, c'est à la collectivité locale d'établir, ou de les favoriser, ces réseaux d'acteurs, qui permettent une meilleure coordination entre eux et une cohésion entre objectifs économique et sociale.

Une destination attractive est un mode de gouvernance cohérent où les autorités publiques jouent un rôle considérable. Autrement dit, l'attractivité d'un territoire se joue sur le degré d'intégration des différents acteurs dans des projets territoriaux. Ou chaque acteur a sa part de responsabilité pour faire réussir ce projet social dans le sens où, chaque projet est une construction ou reconstruction. Cette construction/reconstruction donne une image

<sup>44</sup> A. Thibault ; « tourisme et attractivité des territoires et clusters » ; mémoire ; univ Toulouse ; 2014.

<sup>45</sup> P. Galès (A. Thibault : « tourisme et attractivité des territoires et clusters ») ; Mémoire ; univ Toulouse ; 2014.

<sup>46</sup> IBID

représentative de la société en question, et la collectivité locale en tant que représentant de l'Etat sur l'échelle locale. Elle est aussi, la collectivité locale, le gouverneur au niveau local, elle représente la société, comme les élus sont de la population locale et choisis par eux même. Donc, elle est au carrefour de ces différents acteurs, en tant que acteur en soi même. Ce qui lui donne la légitimité et le pouvoir d'initier, d'orienter, d'intervenir... pour assurer la réalisation des différents projets territoriaux. Encore une autre fois, en matière de gouvernance, la collectivité locale peut influencer sur la structure des réseaux d'acteurs ce qui est important. Cette structure ou ces réseaux d'acteurs à leur tour, ont une influence sur les projets territoriaux.

En outre, l'attractivité territoriale, donc d'une destination touristique, est un projet à construire sous forme des projets touristiques, dans le cas de la destination touristique. Qui dépend, cette attractivité, de degré de pertinence des réseaux d'acteurs construits. Dont la collectivité locale est sensé de trouver la meilleure structure qui permet de rendre son territoire attractif, c'est-à-dire, la structure des réseaux.

## Conclusion :

Une destination attractive est un territoire attractif, de fait qu'une destination et avant tout un espace aménagé pour qu'il devienne destination touristique.

Selon les statistiques\*, 25 millions touristes qu'ont traversé les frontières internationales en 1950. Ce nombre est passé à 500 millions en 1990 pour franchir la barre d'un milliard en 2012, ce qui classe le tourisme phénomène de XX<sup>ème</sup> siècle. Et en 2017, ce chiffre est multiplié de 7%, ce qui fait 1,322 milliards selon l'OMT toujours. Cet accroissement est enregistré pour la huitième année consécutive depuis 2008, et le remarquable est l'accroissement de la demande au fil de temps, quel que soit la situation économique mondiale. A l'exception de l'année 2010 qu'a enregistrée une baisse de 3,9% selon Taleb Raifi<sup>47</sup>.

Cette afflux des personnes rend les territoires, à travers les offres touristiques qu'ils présentent, en compétition afin d'attirer le plus grand nombre de touristes. Mais avant, il faut des investisseurs pour réaliser les projets touristiques qui permettent d'attirer ces touristes. L'Europe (destination régionale), à elle seule attire plus de 50% des touristes et les 50% autres sont répartis sur d'autres destinations mondiales selon l'OMT<sup>48</sup>. Ce nombre de touristes est réparti sur des pays où chaque pays présente une destination touristique à lui-même.

**Tableau 01 : L'attractivité des pays pour 2016 :**

Rang	Pays	Région	Arrivées de touristes internationaux(2016)
1	France	Europe	82.6 millions
2	États-Unis	Amérique du Nord	75.6 millions
3	Espagne	Europe	75.6 millions
4	Chine	Asie	59.3 millions
5	Italie	Europe	52.4 millions
6	Royaume-Uni	Europe	35.8 millions
7	Allemagne	Europe	35.6 millions
8	Mexique	Amérique centrale	35.0 millions
9	Thaïlande	Asie	32.67 millions
10	Turquie	Europe	30,2 millions

Source : « tourisme par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

Si l'Europe est une destination régionale N°1, la France est la première destination au monde de la part de ses traditions en tourisme. Suivi des Etats unis qui appartient à la région nord-américaine. L'Europe a marqué sa présence, en plus de la France, l'Espagne, l'Italie, Royaume-Uni, Allemagne et la Turquie. La région d'Asie est présentée par la Thaïlande et la Chine. Et le Mexique pour l'Amérique centrale avec absence de l'Afrique.

\*statistique de l'OMT ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

<sup>47</sup> Secrétaire général de l'OMT.

<sup>48</sup> « tourisme, Voyage par plaisir ou par loisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org).

Sur une échelle infranational, les villes aussi veulent être plus attractives que d'autres, ce qui rend certaines villes les plus visitées au monde :

**Tableau 02 : L'attractivité des villes :**

Rang	Ville	Pays	Touristes internationaux (millions)
1	Paris	France	15,1
2	Londres	Royaume-Uni	14,6
3	New York	États-Unis	9,7
4	Antalya	Turquie	9,2
5	Singapour	Singapour	9,2
6	Kuala Lumpur	Malaisie	8,9
7	Hong Kong	Chine	8,4
8	Dubaï	Émirats arabes unis	8,3
9	Bangkok	Thaïlande	7,2
10	Istanbul	Turquie	6,9

Année 2013 ; Source : « tourisme par loisir ou par plaisir » ; [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

Paris est la ville la plus attractive au monde avec 15 millions de touristes. Suivi de *Londres* avec 14 millions. Le remarquable, c'est au niveau des villes, l'attractivité ne correspond pas à celle des pays. Car les *États-Unis* qui est deuxième se trouve avec *New-York* en troisième place. Et si les *Émirats arabes Unis* n'est pas classé tant que pays, elle se trouve avec *Dubaï* en 8<sup>ème</sup> rang. Ceci revient au fait que l'attractivité d'une nation se joue sur l'attractivité de ses territoires locaux. Pour l'exemple des *États-Unis*, il est deuxième tant que pays de fait de nombre des destinations, territoires locaux, qui sont attractifs. Parmi ces territoires locaux, *New-York* qui est une destination mondiale classée en troisième.

En termes de recettes, celles-ci ont connu aussi une croissance spectaculaire dès les années cinquante de XX<sup>ème</sup> siècle. Ci-dessous le classement des pays selon la réception des recettes : **Tableau 03 : les recettes par pays :**

Rang	Pays	Région	Recettes du tourisme international(2016) en milliards de \$	Recettes du tourisme International (2011) en milliards de \$
1	États-Unis	Amérique du Nord	205.9	126.2
2	Espagne	Europe	60.3	55,9
3	Thaïlande	Asie	49.9	/
4	Chine	Asie	50,0	44.4
5	France	Europe	42.5	53,7
6	Italie	Europe	40.2	41,2
7	Royaume-Uni	Europe	39.6	36,4
8	Allemagne	Europe	37.4	38,1
9	Hong Kong	Asie	32,1	32,9
10	Australie	Océanie	32.4	31,5

Source : « tourisme par loisir ou par plaisir » [fr.wikipedia.org](http://fr.wikipedia.org)

Un autre phénomène, est que les recettes ont données un autre ordre aux pays, y est compris la France qui est la première destination mondiale, mais qui se trouve en cinquième rang en termes des recettes. Pour les *Etats-Unis*, le dollar américain joue en sa faveur.

Le tourisme génère aux pays, à travers les destinations touristiques qu'ils disposent, des recettes supérieures à celle de certains pays entiers, ce qui met l'accent sur l'importance et la valeur de ce secteur ou, de cette industrie. En termes d'attractivité, le tourisme est vecteur d'attractivité si on considère le nombre des personnes qui travers les frontières et, les capitaux déployés aussi.

Pour qu'une destination devienne attractive, elle doit mener des projets autour desquels les acteurs seront réunis pour faire réussir ce projet, qui est à la fois, économique, social, culturel,...sans omettre l'aspect environnemental qui est un enjeu en soi même, ce qui nous mène à penser aux effets négatifs du tourisme.

# ***Chapitre III***

---

## Introduction :

*« Il n y a ni richesses ni de force que d'homme »*

*J.Bodin...(Les six livres de la République, 1576)<sup>1</sup>*

Dans ce chapitre nous allons essayer de montrer le rôle que jouent la collectivité locale de base, la commune, en tant qu'acteur territorial dans le processus de construction d'une destination touristique et qui sert au développement de l'attractivité de son territoire.

Nous allons présenter, en premier lieu, la commune selon la réglementation ou selon la loi, pour mieux comprendre son rôle d'après ses compétences et ses attributions. La centralisation comme notion centrale dans le management public, car toute initiative nécessite un degré d'attitude. La loi 90-21 qui a une relation directe avec la centralisation en termes des finances et de gestion publique. De ce fait, la première section aura pour objet de présenter le cadre législatif qui régit la commune.

Nous allons également parler du cadre législatif car dans notre problématique et dans nos hypothèses, nous avons pris cette variable en considération puisque toute action publique est régie par la loi. L'objectif étant de mieux comprendre ce que la loi confère à nos collectivités locales et décideurs publics locaux comme attitude pour agir.

En deuxièmeliu, nous présenterons le potentiel touristique d'*Azeffoun* pour dire qu'il ya possibilité de construire une destination touristique sur ce territoire. Tout en analysant le rôle de cette collectivité dans l'activité touristique dans le sens d'utiliser le tourisme pour rendre ce territoire plus attractif. Il s'agit du territoire choisi pour infirmer ou confirmer nos hypothèses.

Il est à noter que l'interprétation des différents articles est laissée en conclusion pour ne pas se répéter et présenter une conclusion plus adéquate.

---

<sup>1</sup>A. Musson ; « l'attractivité entrepreneuriale des territoires et le développement durable : existe-il une attractivité durable des territoires ? » ; univ de peu et des pays de l'Adour ; 2012. [www.thèses.fr](http://www.thèses.fr).

## Section01 : La Commune Selon La Loi:

*Le développement commence de bas vers le haut ;*

Pour que le développement prenne départ, il est nécessaire que la commune, la collectivité locale de base, se dote des instruments et des moyens nécessaires pour qu'elle assure ce développement. Voyons ce que la loi confère comme attitude.

### III-1-1) Evolution de la Commune:

La commune algérienne a connu une évolution à travers l'histoire de l'Algérie moderne. La première commune revient à l'ère coloniale en 1844 avec les bureaux arabes<sup>2</sup>. Mais pour l'Algérie indépendante, c'est en 1963 qu'une première réorganisation apparaît.

Première réorganisation (réorganisation car il existe une organisation héritée de l'époque coloniale) de la commune s'est faite en 1963 avec le décret N° **63-189** du 16 mai **1963**. Ce décret réduit le nombre des communes de 1485 à 631 réparties sur 83 arrondissements et quinze départements issus de la colonisation. Puis d'autres ordonnances (ordonnances 63-421 du 28 octobre 1963, 63-466 du 2 décembre 1963 et 64-54 du 31 janvier 1964) sont venues pour modifier le nombre des communes et des départements selon les circonstances. Le décret N° **65-246** du 30 septembre **1965**, procède au changement des noms des communes qui portent des noms issus de la période coloniale. Comme il a porté le nombre des communes à 676 réparties sur 91 arrondissements.

Le premier code communal est venu en 1967 avec l'ordonnance N° **67-24** du 18 janvier **1967**. Ce code définit le financement de la commune et spécifie ses attributions. Il définit la commune comme la collectivité territoriale de base administrée par une assemblée élue. Deuxième code communal est venu en **1990** avec la loi N° **90-08** qui redéfinit la commune en disant que « *la commune est la collectivité territoriale de base dotée de la personnalité morale et d'une autonomie financière* ». L'apport de cette loi est la personnalité morale qu'a la commune et son autonomie financière. Pour arriver au troisième code communal de **2011**.

Selon la loi N° **11-10** du 20 Radjeb 1432 correspondante au 20 juin **2011**<sup>3</sup>, et selon **l'article.1** : « *La commune est la collectivité territoriale de base de l'Etat. Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est créée par la loi* ».

Selon cette définition, la commune est la collectivité locale de base en Algérie. Elle est dotée d'une personnalité morale, ce qui la rend responsable de ses actions. Elle est dotée aussi d'une autonomie financière, ce qui lui permet de financer son action. Elle est créée par la loi de fait que toute découpage administratif ne peut s'effectuer sans passer par la loi. Le

<sup>2</sup> K. SABA ; « autonomie financière des collectivités locales en Algérie » ; mémoire, univ Béjaia, 2013.

<sup>3</sup> Code communal 2011, [www.interieur.gov.dz](http://www.interieur.gov.dz)

découpage, autrement, est une décision qui revienne aux autorités compétentes, qu'est le ministère de l'intérieur et des collectivités locales.

Selon cette loi, et dans **l'article. 2**, la commune est le niveau territorial de décentralisation ou le citoyen peut participer à la gestion de ses affaires. Elle a un pouvoir d'exercice de ses prérogatives désignées par la loi dans le domaine de ses compétences selon **l'article. 3**. Ces prérogatives lui permettent, la commune, de concourir avec l'Etat dans l'administration, l'aménagement du territoire et au développement de ses différentes dimensions, afin d'améliorer le cadre de vie des citoyens. Ce qui oblige la commune dans **l'article. 4** des'assurer de la disponibilité des ressources. Et en cas de transfert des nouvelles charges ou missions, ceci doit être accompagné par un transfert des ressources, ce qui confirme la dépendance financière des communes. Dans le même cadre, et en vue de récompenser les produits fiscaux supprimés, réduits ou exonérer, un produit fiscal égal au montant différentiel au minimum doit être instauré (**art. 5**). Elle dispose d'un nom, d'un territoire et un chef lieu (**art.6**).

### III-1-2) Les Compétences de la Commune :

Pour fournir un service ou accomplir une mission, un droit d'agir et de réagir est nécessaire. La loi définit ce cadre que la commune peut l'utiliser, pour qu'elle réalise ses objectifs.

Selon la loi N°11-10 du 22 juin 2011<sup>4</sup>, la commune est la base territoriale qui réalise le principe de décentralisation et qui permet une démocratie participative des citoyens dans la gestion des affaires publiques. Elle exerce ses compétences selon **l'article .3** et **l'article .4** de la présente loi. De leur part, les services de l'Etat sont appelés à apporter leur concours à la commune et le jumelage avec des commune étrangères s'effectue après approbation de ministère de l'intérieur et le ministère des affaires étrangères. Selon les articles (**103, 104, 105, 106**).

Pour l'aménagement et le développement, la partie qui nous concerne, l'assemblée communale à la possibilité de **définir** et **d'adopter** ses plans annuels et pluriannuels correspondants à son mandat, comme elle veille à son exécution. Ceci dans la cadre de plan d'aménagement territorial national et de développement durable (**art.107**). Elle **participe** à la **réalisation** des plans d'aménagements territoriale et de développement durable (**art.108**). Dans ce cadre de réalisation des projets de développement, les investissements sont soumis à l'approbation de l'assemblée communale en matière de **sauvegarde des terres agricoles et de l'environnement** (**arts. 109, 110**). Elle a le pouvoir d'**initier** et de **prendre toute mesure** qui **favorise** le développement économique et **l'exploitation** de son potentiel qu'il la caractérise et qui répond à ses exigences en matière de développement territorial (**art. 111**). Cet article lui donne l'opportunité d'exploiter ses spécificités naturelles, sociales et économique, comme il lui permet de mettre en œuvre une stratégie de développement

<sup>4</sup> Code communal 2011, [www.interieur.gov](http://www.interieur.gov)

adéquate. Elle contribue à la **protection** des sols et des ressources en eau et leur utilisation optimale (**art. 112**). Sur le plan **d'aménagement**, le code communal donne la possibilité **d'initier** et de **promouvoir** des projets de développements en **optimisant** l'utilisation des ressources.

En termes d'**urbanisation**, des **infrastructures** et **d'équipement**, la commune se **dote** de tous **les instruments** d'urbanisme. Et l'assemblée populaire communale, **doit accorder toute** action de construction si elle **n'affecte pas l'environnement**. Ici, l'article ne définit pas clairement les actions sur l'environnement car, les constructions eux même peuvent constituer un danger environnemental. Comme elle doit, la commune, s'assurer de respect des affectations des sols, elle contrôle les opérations de construction, elle lutte contre les constructions illicite (**art. 113, 114, 115**). Elle doit **protéger** le foncier et les domaines publics qui peuvent être **utilisés seul** pour les **projets publics** ou **d'investissement économique** (**art. 117**). L'article **116** de code communal **oblige** la commune a utilisé ses compétences pour protéger le patrimoine architectural, culturel et de s'assurer de l'harmonisation de l'architecture des agglomérations. Ce qui rentre dans le cadre d'aménagement territorial pour construire une destination touristique dans notre cas.

Elle a des **actions** sur les **activités de sport, de loisir** et de **tourisme**. Son rôle dans ce sens est de **concourir** à la **réalisation** des **établissements** et des **infrastructures** communales dédiées aux activités de sport, de jeunesse, de loisir, culturelles. Pour le **tourisme**, c'est de « **prendre toute mesure** qui **encourage le développement** et **l'extension du tourisme** » (**art. 122**).

En matière d'hygiène, la commune doit veiller à la **distribution** de l'eau potable, l'évacuation et le traitement des eaux usées. La **collecte** et le transport des déchets solides et de leur **traitement**. Veille à l'hygiène **des aliments et des établissements qui accueillent** le public. Elle entretienne **les routes et la signalisation routière** (**art. 123**). Elle prend en charge, dans la limite de ses moyens, **les espaces verts** (**art. 124**). Comme elle a une action en matière d'éducation qui est un peu loin de notre thématique.

### III-1-3) L'administration et ses Services Publics Communaux :

La commune est une administration publique qui fournit des services publics au niveau de base. Une très grande partie de sa mission est administrative.

La commune dispose d'une administration placée sous l'autorité de président d'APC<sup>5</sup> et animer par le secrétaire général (**art. 125**). **L'organisation** de cette administration dépend de volume des tâches et de l'importance de la collectivité en question (**art. 126**). **L'articles. 129** de code communal, indique le rôle essentiel de secrétaire général qui vérifier tout, de la préparation des réunions de l'assemblée à l'élaboration des procès- verbales de ces réunions. Sa nomination, ses obligations et ses droits sont fixés par voie réglementaire. La commune

<sup>5</sup> Assemblée populaire communale.

peut recourir à des experts externes pour les affaires ponctuelles (**art.132**) par voie de convention.

La commune a pour but de fournir des services publics pour satisfaire les besoins de ses citoyens (**art. 149**). Elle assure l'alimentation en eau potable et l'assainissement, le ramassage des ordures ménagers et autres déchets, l'entretien de la voirie, d'éclairages publics, les marchés, les parkings et les aires de stationnement, le fourrier, le transport collectif, l'abattoir, les services funéraires, les **espaces de culture**, les **espaces de sport** et de **loisir** et les **espaces verts**. Ceux sont les services généraux que la commune prend en charge et le nombre et la taille de ces services **dépend** de ses **capacités** et **moyens financières**. C'est-à-dire que chaque commune prend en charge ce qu'elle peut réaliser uniquement selon **l'article. 150**. Ces services peuvent être assurés par la commune sous forme de régie ou déléguer. Les **recettes** issues de ces services sont **portées au budget communal (art. 151)**. Elle peut **créer des établissements** dotés d'une personnalité morale et d'une autonomie financière à caractère administratif ou commercial pour fournir ces services (**art.154**).

Selon **l'article 144**, de code communal, la commune est **responsable** des fautes commises par le président d'APC et les élus. Il est également **responsable** des décisions prises sont se référer aux services techniques compétents. Elle est **responsable**, la commune, en cas de catastrophe si elle n'a pas pris les mesures nécessaires. Elle couvre les dommages survenus durant l'exercice des missions par les élus et les fonctionnaires. Cette responsabilité due au fait qu'elle a une personnalité morale et la gestion de denier public l'oblige d'être responsable de ses actions.

#### III-1-4) Des Finances Communales :

La commune est **responsable** de la **gestion** et de la **mobilisation** de ses **ressources (art. 169)**. Ces **ressources** sont les **produits** de la **fiscalité**, les **revenues de son patrimoine**, les **subventions** et **dotations**, les produits des **dons, legs** et les **emprunts**, les **services rémunérés** fournis par la commune, les produits de **concession** des **espaces publics**. Comme elle reçoit des subventions de fonctionnement en cas **d'insuffisance** de ses ressources par rapport à sa mission, l'insuffisance dans la couverture de ses charges, l'insuffisance de ses recettes fiscales en cas de baisse de taux pour encourager l'investissement.

Nos communes sont tous dépendantes des subventions étatiques et de compte de solidarité intercommunal.

Le budget primitif de la commune est **préparé** par le **secrétaire général** sous l'autorité de président de l'assemblée communale. Il est voté au plus tard le 31 octobre de l'année n-1 de l'exercice et le budget supplémentaire est voté au plus tard, le 15 juin. L'ajustement des recettes et dépenses se fait au cours de l'exercice. Il contient deux sections, une section concerne le budget de fonctionnement et l'autre pour le budget d'équipement, il doit être voté en équilibre. **L'approbation** du budget communal est faite par le **wali**. En cas de déséquilibre, il renvoie ce budget à l'assemblée populaire pour effectuer des

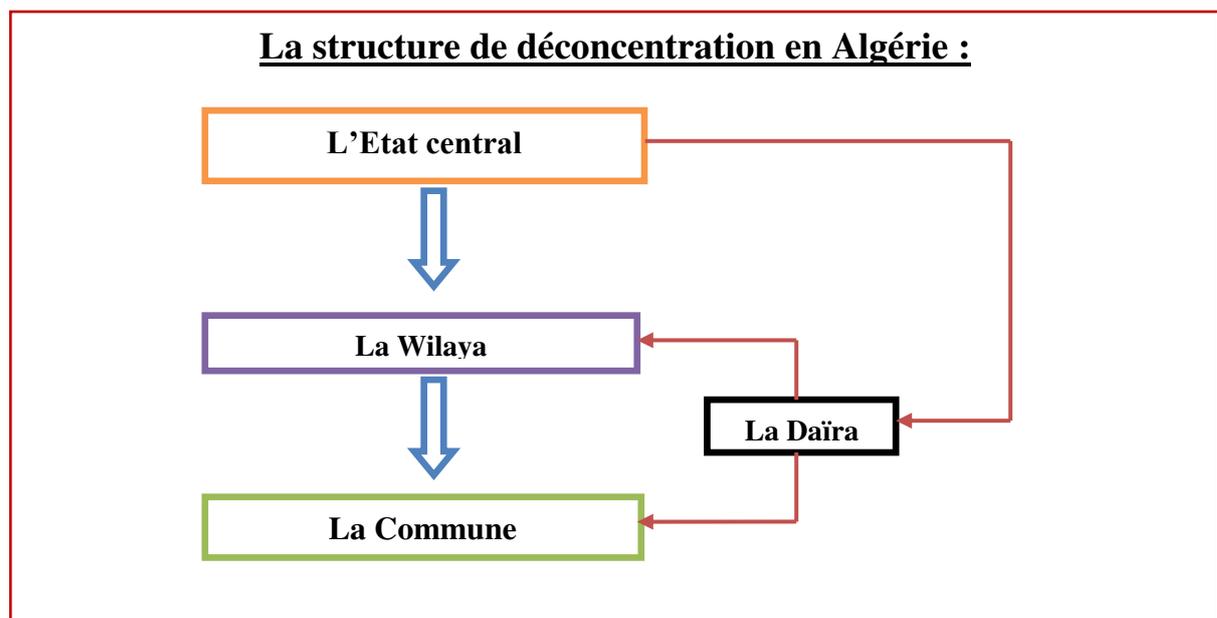
ajustements. Et si encore une autre fois, le budget est voté en déséquilibre, le wali intervienne pour mettre l'assemblée en demeure. Si cette dernière n'arrive pas à élaborer un budget équilibré dans un délai de 8 jours, le budget sera réglé d'office par le wali.

L'article 196, la commune ne peut recevoir que les impôts et les taxes fixés par la législation. Autrement, la commune ne peut pas créer ses propres ressources.

### III-1-6) La Décentralisation :

L'Algérie est un pays qu'a adopté un modèle déconcentré qui se trouve entre le modèle centralisé et le modèle décentralisé. Ce choix est dû au contexte politique, économique et social qu'a traversé l'Algérie depuis son indépendance.

C'est un modèle qui se tire vers la centralisation de fait que tout est centralisé. Même si au niveau local on dit qu'il est décentralisé, mais en réalité, la décision finale revient à un service déconcentré ou centralisé. Le modèle déconcentré peut se représenter comme suit :



La décentralisation qu'est un système de gouvernance, est le fait de déléguer un pouvoir, des moyens,... à un niveau inférieur pour qu'il gère à un niveau local les **affaires publiques**, avec un degré de liberté considérable. Par contre, la centralisation est le fait de centraliser le pouvoir, les décisions, les moyens...ou l'Etat centrale ne reconnaît aucune vie juridique aux collectivités locales. La déconcentration est de déléguer un certain pouvoir aux échelons tout en les contrôlant.

Au niveau de la wilaya, deux organes, un déconcentré et l'autre décentralisé. Pour l'organe décentralisé est l'assemble populaire de la wilaya. Cette assemblée est sous l'autorité de l'organe déconcentré, le Wali, qu'est à la fois, représentant de l'Etat et de peuple. La commune, l'organe décentralisé est contrôlée par deux organes déconcentrés qui sont la wilaya et la daïra. Le wali et chef daïra sont désignés par le président de république, même chose pour le wali.

Cette déconcentration se manifeste par le recours au wali pour approuver toute décision prise par la commune, ce qui conditionne le processus de décentralisation. Ceci revient aux financements qui sont des subventions étatiques pour la grande majorité et il s'agit de denier public. De ce fait, La commune est sous l'autorité du wali et de chef daïra. Toute action doit être approuvée par le wali après avoir passé par la daïra. Ce qui ralentit les actions publiques ou, le développement local.

### III-1-6) La Loi 90-21 :

Cette dépendance du wali, et de l'organe déconcentré, la daïra, est bien claire, ou elle est concrétisée par la **loi 90-21**<sup>6</sup> qui relève de la comptabilité publique.

La loi 90-21 définit clairement les opérations et les agents de la comptabilité publique. En fait, cette loi régit toutes les opérations comptables et financières de l'Etat algérienne. Aucune opération ne peut s'effectuer sans se référer à cette présente loi. Comme elle définit les responsabilités de chaque agent relevant de la comptabilité publique et parmi ces agents, le président de l'assemblée communale qu'est un ordonnateur principale selon la loi 90-21 dans **l'article. 23**.

Toutes les opérations du budget et les opérations financière sont soumises à la loi. Pour les recettes à cette loi, elles sont effectuées par acte de constatation, liquidation et recouvrement et pour les opérations de dépense : l'engagement, la liquidation et le paiement. La constatation est l'acte qui consacre le droit d'un créancier public (**art. 16**). Pour la liquidation de la recette permet la détermination de montant de la dette du redevable envers un créancier public (**art. 17**). Le recouvrement est l'acte libératoire d'une créance publique (**art. 18**). En ce qui concerne les dépenses, l'engagement est l'acte d'une naissance d'une dette (**art. 19**). La liquidation permet la fixation de montant exacte de la dépense publique après vérification sur pièces (**art. 20**). L'ordonnancement ou le mandatement qu'est l'acte qui donne l'ordre de payer la dépense publique (**art. 21**). Le paiement est l'acte libératoire de la dépense publique. Ces actes sont effectués par l'ordonnateur et le comptable public et le contrôleur financier.

Autrement, toute action publique qui génère une dépense ou une recette, passe par cette procédure qu'est une procédure lente en premier, comme elle met la responsabilité sur le comptable qui doit vérifier sur pièce les différents engagements. Cette responsabilité mis sur le comptable lui rendre prudent voir même, de ne pas donner son visa, qu'est sans elle aucune opération ne peut s'effectuer. Sans parler des tendances politiques et idéologiques qui peuvent affecter la décision de ces derniers.

La commune est sous l'autorité du wali, du chef daïra, de secrétaire générale et de comptable public. Ce qui réduit la marge de main œuvre des élus.

<sup>6</sup> La loi 90-21, [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov)

## Section 02 : Etude de cas : Le Territoire d'Azeffoun, Attractivité et Tourisme

Nous avons élaboré cette section autour d'un travail de terrain d'une durée de deux mois. Elle retrace une étude de terrain que nous avons effectuée au niveau de la commune d'*Azeffoun*. Nous avons élaboré un questionnaire et remis aux personnes concernées dans le but de voir de près le rôle que joue la commune pour rendre son territoire attractif, en exploitant ses spécificités touristiques. Une partie du questionnaire est relative au cadre législatif et nous permet de mieux comprendre le poids de la commune en tant qu'acteur territorial dans le processus de construction d'une destination touristique.

### III-2-1) Le Plan d'Aménagement Touristique :

Vu que le tourisme est le premier secteur mondial en 2015<sup>7</sup>, avec 284 millions d'emplois directs et indirects. L'*Algérie* a intérêt à développer ce secteur pour devenir une destination touristique avec un produit touristique de qualité. L'industrie du tourisme permet de créer de nombreux postes d'emplois et de dynamiser en parallèle d'autres secteurs d'activités. De substituer ou d'être une alternative des hydrocarbures, de valoriser le patrimoine dont elle se dote, de promouvoir son image et d'assurer un développement durable. Le conseil de gouvernement a adopté un Schéma Directeur d'Aménagement de tourisme (SDAT)<sup>8</sup> en 2008.

L'Agence Nationale de Développement du Tourisme, un organisme créé pour développer le tourisme après l'adoption de SDAT dans un Schéma National d'Aménagement de Territoire (SNAT) 2030, des Schémas d'Aménagement des Espaces et de Programmation Territoriale (SEPT) qui sont au nombre de neuf (9) dont *Tizi-Ouzou* fait partie. Ces projets d'aménagements prennent les spécificités des territoires tout en répondant au Schéma National d'Aménagement de Territoire. Les wilayas concernées par ces programmes en plus de *Tizi-Ouzou* sont : *Alger, Boumerdes, Bouira, Chlef, Ain defla, Tipaza, Blida, Média* et *Béjaïa*.

Un autre plan est le Schéma Directeur d'Aménagement de Littoral (SDAL), qui concerne 14 wilayas de littoral pour un linéaire de 1600 km, dont *Tizi-Ouzou* fait partie avec ses 88 km de linéaire maritime. Ce schéma national d'aménagement de territoire comporte aussi des pôles de compétitivités et d'excellence en milieu rural (POCER), encore une autre fois, *Tizi-Ouzou* fait partie de ce plan d'aménagement avec *Alger, Tipaza, Blida* et *Boumerdes*.

---

<sup>7</sup> ANDT.

<sup>8</sup> ANDT.

Pour le schéma directeur de l'aménagement de *Tizi-Ouzou*, vision 2030, qui découle de programme national, est venu pour valoriser et exploiter le potentiel naturel, culturel, ... de *Tizi-Ouzou*. Ses objectifs sont :

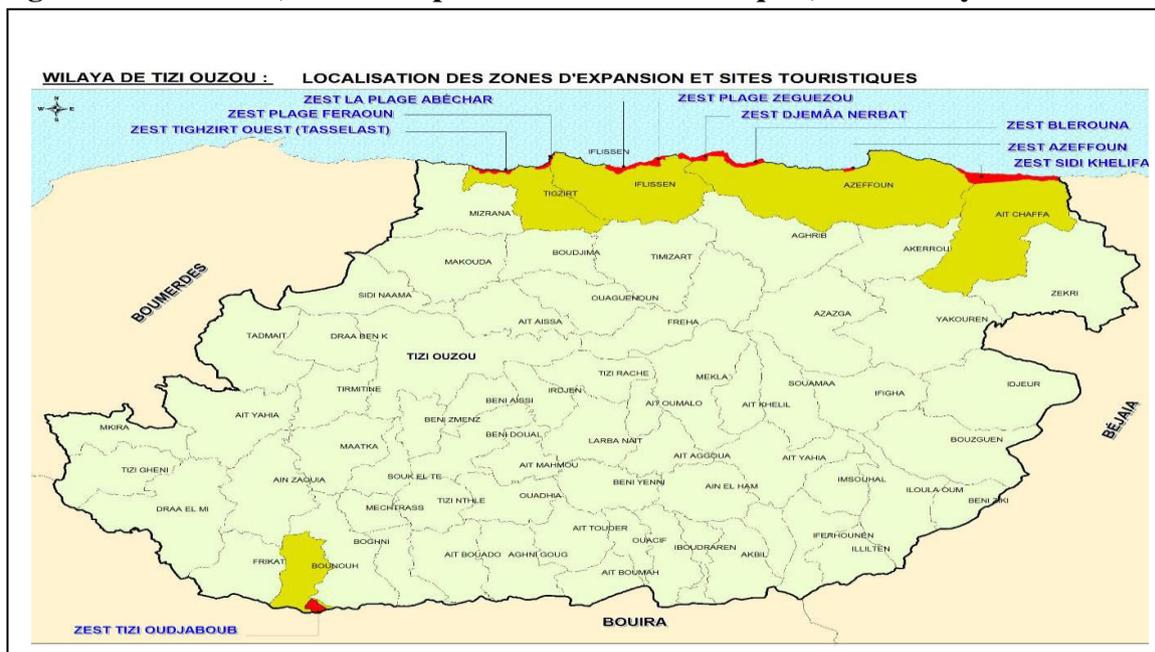
- Etablir des études de marché pour les ZEST, donc, de les valoriser et de les exploiter économiquement en réalisant des projets d'investissement touristiques.
- Mener des projets pilotes afin de détecter les freins et les bonnes pratiques pour l'élargir ensuite sur l'ensemble de territoire.
- Mener des projets qui répondent aux aspects du développement durable.
- Rendre la Kabylie une destination touristique.
- améliorer les structures et les conditions d'accueil pour assurer une offre de qualité.

Ces objectifs ont trois enjeux majeurs,

- Assurer un développement durable et créer de l'emploi tout en dynamisant les autres secteurs d'activité économique.
- Protéger et valoriser le patrimoine matériel et immatériel dont dispose cette région.
- La gouvernance et la mise en réseau d'acteur pour la mise en œuvre de **SDAL** de la wilaya.

Le plan d'aménagement de territoire de wilaya (**PAW**) est considéré comme un plan d'aménagement local qui découle d'un plan d'aménagement national, il prend en considération les spécificités des territoires et il permet l'orientation et la planification des actions stratégiques d'aménagement. Le plan d'aménagement de wilaya de *Tizi-Ouzou* est finalisé en 2010, il devra être réalisé d'ici 2030. Ce plan d'aménagement affiche neuf (9) zones d'expansion et sites touristiques décrétés, d'une superficie de 2091 ha répartis sur tout le territoire de la wilaya dont *Azeffoun* fait partie.

**Figure3 : Les ZEST( zones d'expansion et sites touristiques) de la wilaya de Tizi-Ouzou :**



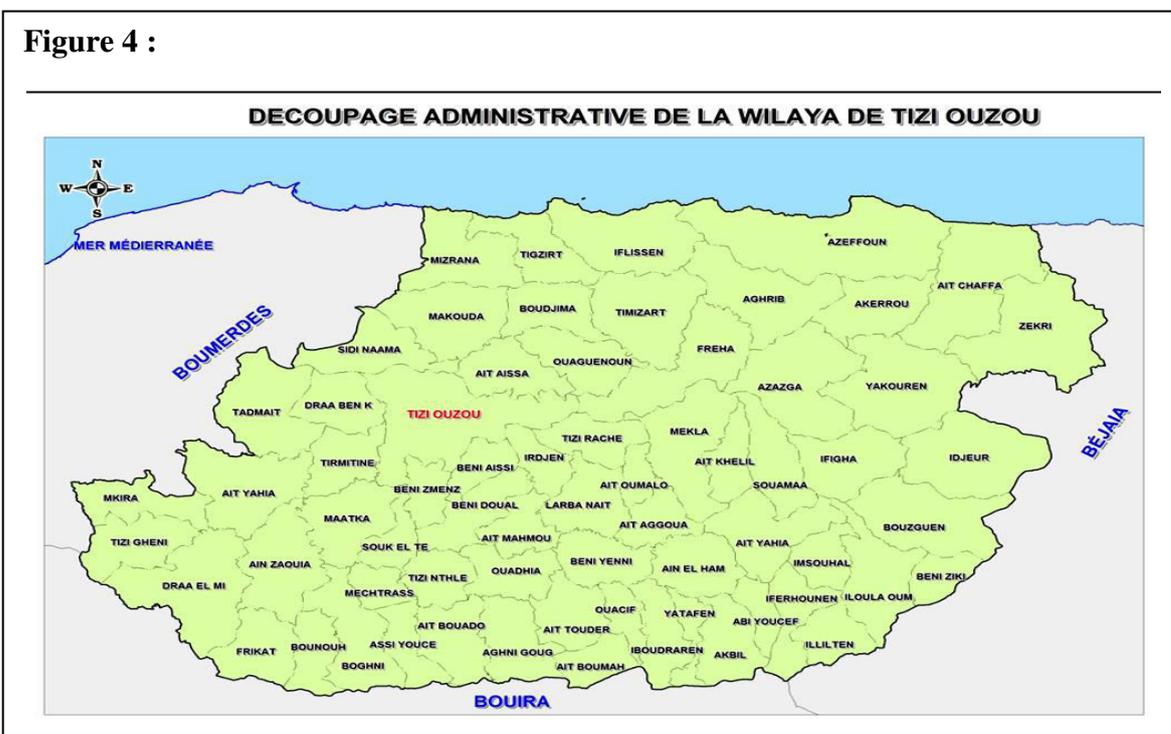
Source : l'agence nationale de développement du tourisme, direction de T-O

### III-2-2) La Commune d'Azeffoun :

*Azeffoun* et avec ses trois zones d'expansion touristique, est incluse dans le plan d'aménagement de territoire de la wilaya de *Tizi-Ouzou*.

Comme toute commune Algérienne, la commune *d'Azeffoun* est régie par la loi en vigueur. Elle existe depuis l'ère coloniale « 1880 » sous l'appellation de « *port Gueydon* », pour qu'elle change de nom en 1965 et devenir « *Azeffoun* » suite au décret N°65-246 du 30 septembre 1965. Elle est chef lieu de daïra depuis 1984. Elle est d'une superficie de 126,66 km<sup>2</sup> et d'une linéaire maritime de 27, 47 km. Une population de 17, 935 habitants selon le dernier recensement de 2008, soit un taux de densité de 142 hbt/km<sup>2</sup> et avec 52 villages. Elle est de 70 km de nord est de *Tizi-Ouzou*.

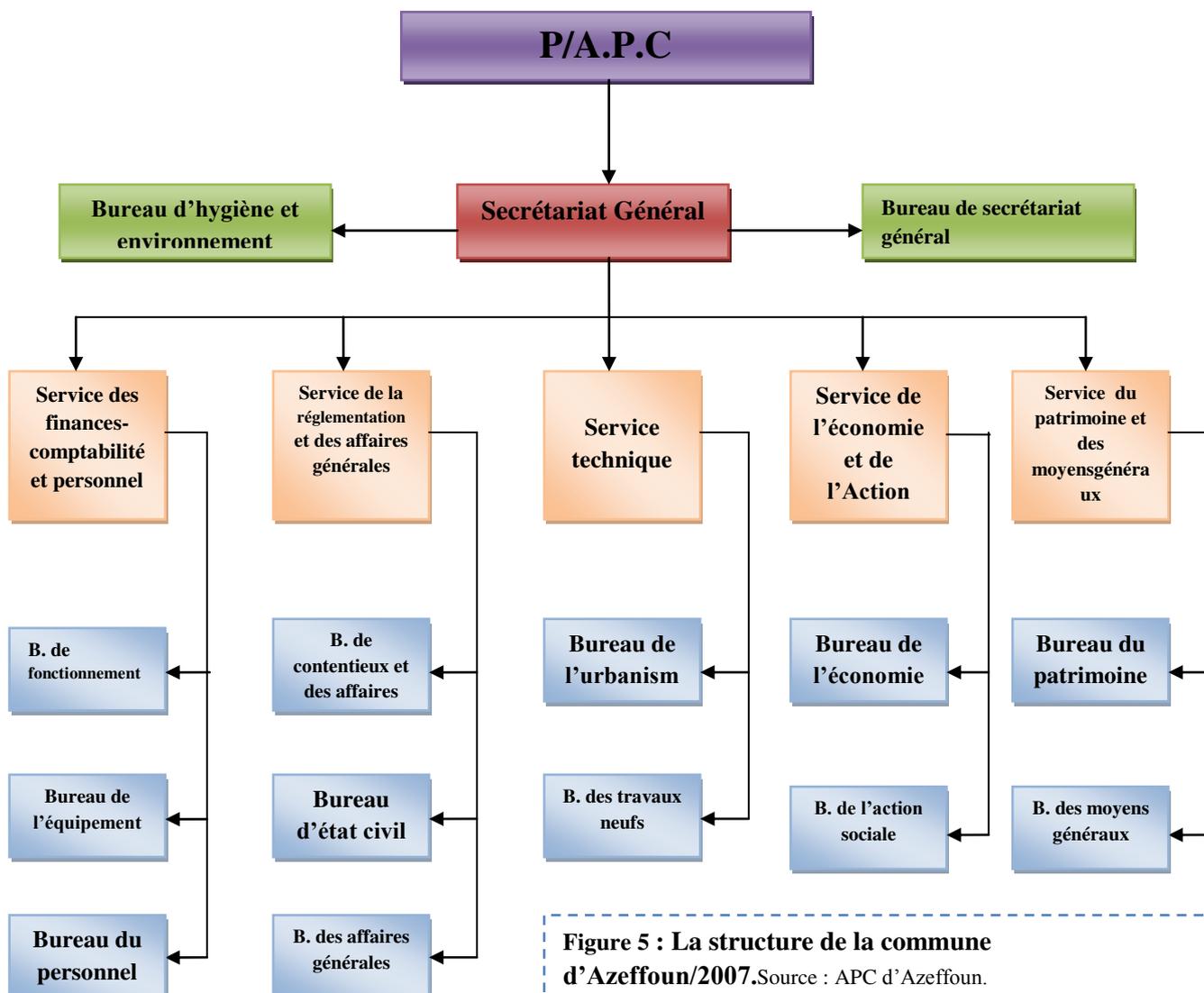
*Azeffoun* est délimitée au nord par la mer méditerranée, au sud par la commune *d'Akerrou*. A l'est la commune *d'Ait Chafaâ* (Oued *Sidi Khélifa*) et à l'ouest les communes *d'Iflissen* et *Aghribs* (*Ighzer Nerbat*).



Source : l'agence nationale de développement du tourisme, direction de Tizi-Ouzou.

a) La structure de la commune d'Azeffoun :

Selon l'article. 126 de code communal, l'organisation de cette dernière dépend de ses charges et de sa mission.



L'ensemble de ces services sont des services administratifs à l'exception du bureau de l'économie qui se charge de l'investissement, que ce soit public ou privé ou public/ privé. Comme il s'occupe de l'industrie, du tourisme et des relations financières avec les banques et les autres parties prenantes. Ce bureau n'existe plus au niveau de la commune et le bureau de l'action social est attaché au secrétariat général. Ce qui fait que le service de l'économie et de l'action sociale n'existe plus, mais il figure dans la structure puisque tout changement de structure doit être approuvé par le chef daïra ou le wali. Cette structure est adaptée en 2007, une autre structure est mise pour approbation depuis 2012 et elle n'est pas approuvée jusqu'à nos jours. Pour les espaces publics comme les plages et en cas de concession ou autres, c'est le bureau de patrimoine qui s'occupe de cette mission. Les services qui exigent un niveau d'étude universitaire est le service technique avec quelques informaticiens pour le bureau de biométrie. Le comptable public est désigné par le ministère des finances, le reste,

une attestation de stage, une formation, un niveau lycéen est suffisant. Et avec le prés-emploi, le recrutement définitif ne concerne que les postes techniques, ce qui fait qu'une instabilité de personnel est une réalité, ce qui diminue la qualité des services rendus.

**b) Azeffoun en termes de gestion publique :**

Nous allons commencer ce point par une description des lieux du terrain dans lequel notre enquête s'est déroulée.

La commune *d'Azeffoun* s'ouvre à 8h, non pas pour les citoyens mais pour les fonctionnaires. Et pour le bureau d'état civil, le citoyen doit attendre au minimum, jusqu'à 8 :30 pour qu'un ou deux guichets s'ouvrent.

En 2018, de par nos constats et ceux des citoyens et relativement aux règles de fonctionnement des administrations, le fonctionnaire de l'administration publique manque de professionnalisme, une réalité dans la commune *d'Azeffoun*. Des observations et des constats nous amènent à décrire la situation comme anarchique dès l'heure d'ouverture. Premier constat, en plus d'un guichet de renseignement qui trouve place dans la cage d'escaliers, le chargé de ce guichet est souvent en déplacement entre les services. Et si un citoyen tente de se renseigner, l'attente moyenne est d'au moins vingt minutes.

L'édifice en lui-même, n'est pas bien préparé pour accueillir des citoyens. Le bureau d'état civil ne contient aucun point d'aération et les fenêtres qui se trouvent derrière les fonctionnaires, ne s'ouvrent pas par décision de ces derniers.

Le travail ne débute réellement qu'à 9h environ et presque jamais à 8h. La mise en service des PC, et l'arrivée souvent tardive des fonctionnaires expliquent ce retard.

Pour une commune à fort potentiel touristique, il y a une insuffisance en matière d'information, ce qui rend difficile de se repérer à toute personne qui vient visiter. En dépit que ce soit obligatoire par la loi, les fonctionnaires ne portent pas de badges

En 2014 et en vue d'un meilleur service public envers les usagers, le guichet, s'il n'est pas transparent, est interdit dans une administration publique. Le citoyen est en droit (et aussi pour un meilleur sentiment de valorisation et de respect) de voir le fonctionnaire lors de la prestation de service. Nous avons malheureusement constaté que dans notre commune *d'Azeffoun*, le mode de gestion est tout autre, la commune revient à ce mode de gestion dépassé après l'avoir dépassé en 2007. L'explication d'ex. Président d'APC, est qu'en 2012, ils ont commencé à travailler avec l'outil informatique, et les guichets constituent à son sens une forme de protection à ce matériel.

Pour les nouvelles technologies, tout est informatisé depuis l'ouverture de bureau de biométrie en 2012. Dans le bureau d'état civil, le temps d'attente est long. Comme il n'y a que deux guichets sur huit qui ne fonctionnent, la moyenne est, après cette première attente, de 5 à 10 minutes avant d'être servi.

Malgré quelques améliorations apportées à la gestion publique, pour mieux servir le citoyen/client, on constate malheureusement que certaines administrations fonctionnent comme avant sans un grand changement dans leur gestion.

### III-2-3 : Les ZESTs<sup>9</sup> d'Azeffoun:

Le territoire d'Azeffoun est parmi les régions les plus riches de Tizi-Ouzou sur le plan historique et culturel. Elle est à la fois une station balnéaire et une station culturelle. La particularité de cette région selon l'agence nationale du tourisme est le fait que la mer est la plus propre au niveau de la wilaya, avec un linéaire de 27 km. Ce qui offre la possibilité de sports nautique. Un patrimoine historique *Phénicien* et *Romain* qui enrichit l'histoire de cette région. La région la plus poissonneuse du littoral, elle est un site attirant avec son potentiel balnéaire important, selon l'agence nationale du tourisme.

Azeffoun et dans le plan d'aménagement du territoire 2015, a bénéficié de trois zones qualifiées pour l'expansion et l'investissement touristique. Ces trois zones sont la zone de *Blerouna*, la zone d'Azeffoun et celle de *Sidi Khélifa* en plus de la zone mixte *Djemaat Nerbat*.

Jusqu'à nos jours, il n'y a que trois plages qualifiées et aménagées pour recevoir les estivants sur un linéaire de 28 km environ : la plage des caroubiers, la plage de centre et la plage de *Sidi Khélifa* qui se situe entre deux communes (*Azeffoun* et *Ait Chafâa*). Avec cinq autres qui ne sont pas de la même réputation que les trois premières, de fait qu'elles ne sont pas aménagées.

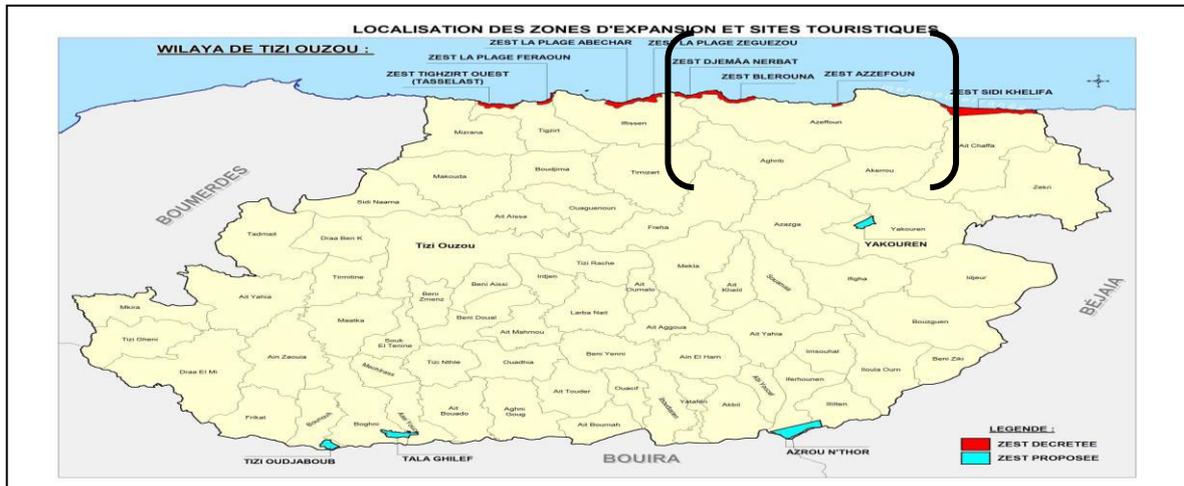
Pour les zones touristiques d'Azeffoun:

- ✓ **ZEST Azeffoun** : est délimité par la mer méditerranée au nord, à l'est et à l'ouest un oued pour chaque destination. Au sud le nouveau tracé de la R.N 24. La superficie totale de la zone est de 25 ha et la superficie aménageable est de 17, 26 ha. La capacité de la plage est de 17 000 baigneurs. Les deux plages (caroubiers, et la plage de centre) sont situées dans cette zone. Il y a quatre hôtels sur cette zone (le Marin, le Main bis, le Littoral et Azeffoun beach).
- ✓ **ZEST Sidi Khélifa** : 637 ha situé entre *Azeffoun* et *Ait Chafâa*. Elle comporte la plage de Sidi Keléfa. Aucune infrastructure d'accueil dans cette zone, c'est une zone non exploitée.
- ✓ **ZEST Blerouna** : située à l'ouest d'Azeffoun d'une superficie de 637,5 ha avec une superficie aménagée de 40 ha. La capacité de la plage est de 3400 baigneurs. Deux avis favorable pour construire deux hôtels près de cette zone, les travaux ne sont pas encore entamés. Autrement, cette zone n'offre rien comme elle n'est pas exploitée.
- ✓ **ZEST Djemaat Nerbat** : qui est entre les deux communes : *Azeffoun* et *Iflissen*. Elle est d'une superficie de 171 ha avec une surface aménageable de 10 ha. La

<sup>9</sup> Les zones d'expansion et sites touristique

plage est d'une capacité de 1000 baigneurs environ. Comme la grande partie de la zone est sur le territoire d'*Iflissen*, elle est considérée comme une zone relevant de ce territoire.

Figure 6 : Les zones d'expansion touristique : Azeffoun, Blerouna et Sidi Kheléfa :



Source : agence national du développement du tourisme, direction de Tizi-Ouzou.

➤ **D'autres potentialités touristiques :**

En plus des zones décrétées dans le plan d'aménagement territorial, d'autres sites et d'autres potentialités ne sont pas pris dans ce plan d'aménagement de la wilaya, et qui pourtant, révèlent un grand potentiel. Nous pouvons citer :

- ✓ **Sites archéologiques :** au niveau de *village-Azeffoun (teddartuzeffoun)*, c'est la ville antique d'Azeffoun, elle comporte des thermes, des citernes, une porte nord de la ville, des traces de tours de surveillance, des structures, des traces de nécropole, elle est classée patrimoine national en 1968. En plus de site *AthR'houna* qui est en instance de classement qui contient des monuments funéraires mégalithiques de la période protohistorique. Ces deux sites sont sous l'autorité du ministère de la culture et qui sont dépendants de l'association chargée de maintien et de protection de ces sites et son siège se situe à *Tigzirt*. Ce qui fait qu'ils ne sont plus sous l'autorité de la commune d'Azeffoun.
- ✓ **Le massif forestier :** L'arrière-pays d'Azeffoun est couvert par un massif forestier qui offre la possibilité de chasse et d'autres activités touristique.
- ✓ **Des vues panoramique sur toutes les hauteurs d'Azeffoun :** Azeffoun se caractérise par des reliefs qui offrent des vues panoramiques sur l'ensemble de ses hauteurs (*Village Azeffoun, Bezarka, Ath Oundlous, Tidmimin,...*). des centres de loisir ou de thérapie sont les meilleurs choix d'investissement sur ces hauteurs. un projet de construire un centre de repos pour les personnes âgés a d'ailleurs été proposé.

En plus des sites, d'autres potentialités touristiques sont présentes. Chaque village des 52 villages que compte *Azeffoun* a sa propre spécificité et sa propre histoire qui enrichit le patrimoine d'*Azeffoun* et de toute la Kabylie. *Azeffoun* a donné beaucoup de noms pour la culture algérienne ; *M. Issiakhem*, *M. Iguerbouchèn*, *M. Fellag*, *AlAnka*, *Al Ankis*, *Hnifa*,... et beaucoup d'autres artistes. Dans le sport, *H. Lalmas* et *Y. Ifticene*. Dans la guerre de libération, elle a donnée *M. Didouche*, *Y. Saadi*, *A. Taleb* et *Si Abdellah*. Il existe une relation historique entre *Azeffoun* et *Alger* la capitale. « *Ivahrien* » le label qui différencie *Azeffoun* et qui valorise l'image de marque de ce territoire. On ne peut pas parler d'*Azeffoun* sans parler de ses fruits qui ont pu devenir une marque déposée qui caractérise cette région.

Toutes ces potentialités et ces spécificités ouvrent la possibilité au tourisme blanc, bleu, vert, culinaire, culturel, religieux, médical,...reste à les exploiter. Malheureusement, le plan d'aménagement n'a pris en considération que les zones côtières.

### III-2-4) Les Infrastructures:

Toute activité économique se repose sur des infrastructures de base, et le tourisme est l'une des industries qui réunit plusieurs secteurs d'activité pour arriver à une offre de qualité.

- ✓ **Accessibilité** : la route nationale N°24 qui relie *Tigzirt* à *Azeffoun* et reliant *Azeffoun* de *Béjaïa* et *Alger* en amont. sans qu'elle soit exploitée économiquement. L'inexistence d'une ligne de transport qui relie *Azeffoun* à ces destinations touristique, et qui devrait créer une dynamique dans cette région. Ceci revient au fait que la densité de la population n'est pas assez significative pour *Azeffoun*, en plus de l'inexistence des relations économiques ou autres entre ces villes en question.

Malgré les limites qu'elle présente, la route nationale N°73 qui relie *Azeffoun* à *Fréha*, est la plus exploitée, du fait des relations économiques et autres avec *Tizi-Ouzou* en Aval et même la capitale.

Une route intercommunale relie *Azeffoun* à *Azazga* par *Tidmimin* et *Yakouren*. Non exploitée économiquement.

L'accessibilité est l'un des points Faibles de la région, ce qui influe négativement sur l'attractivité de ce territoire.

- ✓ **Port mixte de pêche et de commerce**: se caractérise par une longueur totale de quais de 548 ml dont : un quai d'armement et de maintenance de 108 ml, un quai de commerce de 135 ml, un quai de pêche de 260 ml et un quai de carburant de 45 ml. Non exploiter en termes du tourisme.
- ✓ **Aéroport** : *Azeffoun* et la wilaya de *Tizi-Ouzou* ne sont pas dotés d'un aéroport mais elle est à 95 km de *Béjaïa* et à 4h de la capitale. On peut dire que c'est négligeable si l'accessibilité de ce territoire est importante.
- ✓ Un taux d'assainissement de 45% avec un réseau (1934) vétuste et insuffisant. pour l'eau potable, une nappe phréatique (80% des foyers) et sources et puits (20% des foyers). pour l'électricité, une ligne de haute tension alimente cette

ville. Pour le gaz de ville avec un taux de couverture de 30%. Surface cultivable estimée à 3299 ha et un massif forestier de 7718 ha.

✓ **Les infrastructures hôtelières :**

Tableau n°4 : Les infrastructures hôtelières en activité à Azeffoun :

	infrastructures	statut	location	type	Capacité d'accueil		classement
					chambres	lits	
01	Le Marin bis	privé	Azeffoun	Hôtel	30	66	N.C
02	Le Littoral	/	/	/	30	30	N.C
03	Azeffoun Beach	/	/	/	19	28	N.C
04	Le Dauphin	/	/	/	13	23	N.C
05	Les Deux Frères	/	/	Meublé	9	18	1*
06	Le Marin	/	/	Hôtel	38	60	N.C

N.C : non classé.

Une auberge de 60 lits, ce qui fait un total de 419 lits pour une destination touristique et la majorité de ces infrastructures ne sont pas classées. Si elle devait être classée, nous supposons qu'elle est loin de ce que le tourisme exige.

- ✓ **Les restaurants:** le réseau des restaurants est plutôt satisfaisant en termes des restaurants existants. Entre restaurant et fast-food, cafétéria, pâtisseries c'est 100 magasins.
- ✓ Espace de loisir et de sport : *Azeffoun* se dote d'un stade, une salle de sport polyvalente, une maison de jeune *T. Djaout*, cinéma et une bibliothèque. mais cela a reste insuffisant pour la ville elle-même, sans le tourisme.
- ✓ Une esplanade exploitée en saison estivale pour des activités commerciales, culturelles et autres.

On constate que le réseau d'infrastructure est loin du seuil minimal pour construire une destination touristique.

### III-2-5) Le Processus d'Aménagement Territorial :

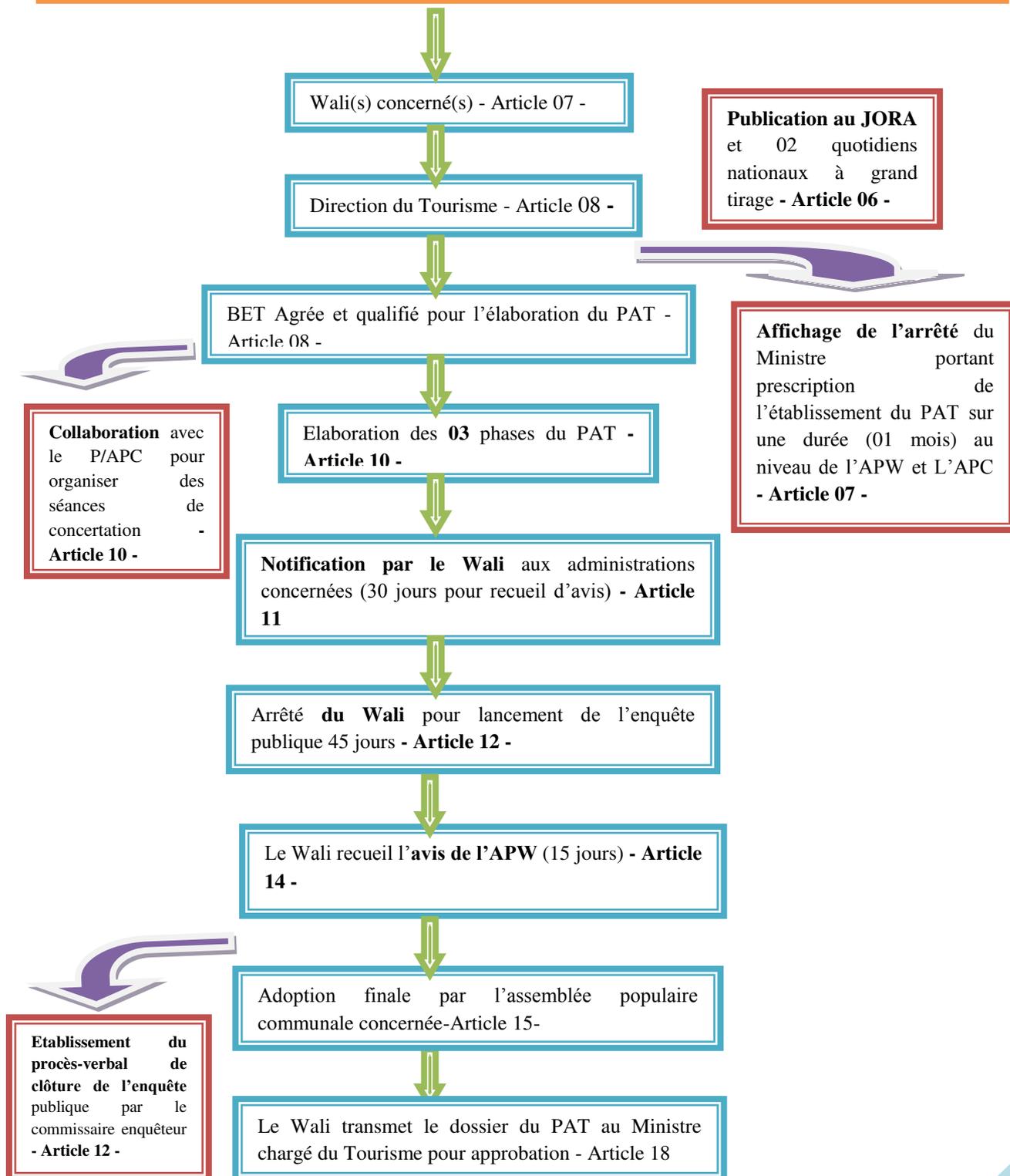
L'agence nationale du tourisme a décrit un processus qui permet l'élaboration de plan d'aménagement touristique selon la législation en vigueur. Un processus qui permet de mieux comprendre le rôle des collectivités locales dans le processus de construction d'une destination touristique.

L'investisseur doit s'adresser en premier lieu au service compétent au niveau de la wilaya, dont la zone d'expansion touristique se situe. Ce service est la direction en charge de l'investissement qui propose, après étude de projet d'investissement, au wali de bien étudier le dossier pour que l'investisseur bénéficie d'un terrain. De sa part, le wali contacte la direction du tourisme de sa wilaya pour étudier le projet en question. Dès que le projet est validé et qualifié comme projet qui répond au plan d'aménagement en vigueur, la direction du développement du tourisme de la wilaya transfère le dossier à l'Agence nationale du développement du tourisme pour avoir son accord de concession de terrain situé dans une zone d'expansion touristique. Cette dernière et après étude, transfère de sa part le dossier d'investissement au ministère du tourisme pour avoir son accord (ordonnance n° 15-01 du 23 juillet). Et si le dossier est validé par le ministère du tourisme, l'agence nationale du tourisme, et par un arrêté du wali, il ordonne au président d'APC, dont la zone d'expansion se situe et dont le choix d'investissement est effectué, à collaborer avec l'investisseur pour le choix de terrain. Cette ordonnance porte sur la concession de terrain à l'investisseur en question. L'APC avec son expertise effectue les études techniques qu'il faut et que l'urbanisme exige.

Comme dernière étape, le wali s'adresse à l'assemblée de la wilaya pour qu'elle approuve le projet. Et dès que le projet est approuvé au niveau de la wilaya, l'assemblée communale l'approuve elle aussi automatiquement.

Figure 7 : processus d'élaboration du plan d'aménagement, ONDT :

**PROCESSUS D'ELABORATION DU PLAN D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE**  
 Conformément au Décret exécutif n° 15-78 du 02 mars 2015 modifiant le décret exécutif n°07-86 du 11 mars 2007 fixant les modalités d'établissement du plan d'aménagement touristique des zones d'expansion et sites touristiques



Source : l'agence nationale du développement du tourisme, direction du Tizi-Ouzou

### III-2-6) Le Rôle de la Collectivité Locale dans le Processus de Construction d'une Destination Touristique :

Après le travail qu'on a effectué sur le terrain, plus exactement, au niveau de la commune d'Azeffoun. Et après les différentes rencontres avec les élus, les administrés, on a pu constater les réalités suivantes :

Azeffoun reçoit plus de 30 000 visiteurs par jours en saison estivale durant les week-ends, voire même dans les autres journées. Elle est la première destination touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Elle a pu concurrencer Tigzirt durant ces dernières années comme elle a pu être l'une des meilleurs destinations sur le littoral algérien. Mais en parallèle, on constate que les projets touristiques n'accompagnent pas cette demande qui ne cesse d'augmenter. Pour les projets touristiques au niveau de la commune d'Azeffoun, et si on met les projets déjà existants à part, un autres complexe touristique est en cours de réalisation au niveau de la zone d'expansion touristique d'Azeffoun. Ce complexe type villa-hôtel appartenant au groupe ETRHB entre en exploitation en 2019. En plus de ce complexe, deux avis favorables pour construire deux hôtels au niveau de la zone d'expansion Blerounas ont en cours mais cela reste quand même insuffisant. Ce manque de projets, revient selon les élus, premièrement, à l'étude d'aménagement qui a pris du temps et qui n'a été finalisé pour la wilaya qu'en 2010 et pour Azeffoun en 2016. Et pour les zones d'Azeffoun et Sidi-Khelifa, le PAT<sup>10</sup> est approuvé en 2013 et fait l'objet d'une révision, ce qui a retardé les travaux. La non implication des investisseurs privés constitue le deuxième élément. C'est ici qu'on a posé la question sur le rôle que joue la collectivité locale pour attirer les investisseurs d'abord et les touristes ensuite.

Selon les personnes interrogées, la commune n'a ni les moyens financiers, ni le pouvoir d'intervenir pour relancer ce secteur d'activité. Encore une autre fois, la commune n'est qu'un accompagnateur des investisseurs, après l'avis favorable du wali pour le choix de terrain d'investissement, puisque ce dernier se situe sur son territoire. Cette réalité est bien claire dans le processus d'aménagement touristique que l'agence nationale de développement du tourisme, et sous l'autorité de ministère du tourisme, a mis en évidence depuis 2016.

Pour les infrastructures de base, un projet d'élargissement de la route 73 est adopté, il reste le démarrage des travaux. Un autre projet est au niveau de la wilaya pour approbation, comme les études sont faites, la route reliant Azeffoun à Azazga, avec accès à la route nationale N°12. Ces deux projets vont améliorer l'accessibilité vers Azeffoun, il reste à améliorer l'état de la route nationale n°24 qu'est une route stratégique. Pour le transport maritime, encore une autre fois, la commune ne peut rien faire puisque c'est un domaine stratégique qui nécessite une autorité de l'Etat central. Autrement dit, la commune ne peut pas initier ou donner des avis favorables pour exploiter cette potentialité et c'est le ministère chargé des transports qui se charge de ce genre des projets après accord de conseil de gouvernement. Il est à noter qu'en 2015, une ligne maritime existait et qui relie les villes côtières, Béjaïa, Azeffoun, Alger mais qui ne fonctionne plus depuis 2018.

<sup>10</sup> Le plan d'aménagement territorial.

## Conclusion :

D'après le processus décrété par l'agence nationale du tourisme, la commune est une administration publique au niveau local et qui représente le territoire de base, n'est qu'un accompagnateur qui facilite la tâche aux investisseurs pour mener des projets touristiques sur son territoire. Cet accompagnement est ordonné par un arrêté du wali comme elle adopte automatiquement le projet dès qu'il est adopté au niveau de la wilaya. La décision est centralisée et la commune n'est qu'un exécutant, elle accompagne l'investisseur pour le choix de l'assiette de terrain sur laquelle il réalise son projet et elle adopte le projet déjà approuvé par l'APW.

Les zones touristiques sont sous l'autorité de la direction du tourisme de la wilaya et les sites archéologiques sont sous l'autorité du ministère de la culture, même chose pour les centres culturels et les bibliothèques publiques. Les plans d'aménagement du territoire sont dictés par la wilaya et découlent des plans d'aménagement national. Encore une autre fois, la commune n'est qu'un exécutant. La commune ne peut agir que dans le cadre que lui confère la loi.

La commune a le pouvoir d'exercer ces prérogatives dictées par la loi (**art. 3**)<sup>11</sup> pour qu'elle participe, avec l'Etat, à l'aménagement de territoire et au développement pour satisfaire le citoyen au niveau de la base (**art.4**)<sup>13</sup>.

En terme d'aménagement et de développement, la loi donne à la commune la possibilité, d'initier, de développer et de planifier des plans d'aménagement et de développement économique tout en les adaptant au plan d'aménagement national (**art. 107, 109, 110, 111**)<sup>14</sup>. Trois explications ou interprétation peuvent être données à ces articles. La première, est l'absence d'une culture managériale au niveau de l'APC selon laquelle, une assemblée définit des plans d'aménagement tout en respectant le plan d'aménagement national. Et c'est une culture qui ne trouve pas racines dans la commune d'Azeffoun. Deuxième explication est la centralisation de la décision. C'est-à-dire qu'un plan d'aménagement annuel ou pluriannuel est apporté dans la loi de finance de la commune n'est pas approuvé que par le wali. Autrement dit, il est possible que le problème se pose au niveau de la wilaya et non au niveau de la commune. Troisième explication, est le financement qui conditionne tout projet d'aménagement territorial et touristique. Les ressources de la commune sont rares et elle ne peut initier des projets sans s'assurer de leurs financements. Un plan d'aménagement qui permet de construire des réseaux d'acteurs et de rendre Azeffoun une destination touristique, pourquoi pas penser aux pôles de compétitivité et aux clusters.

Dans la même loi, on trouve l'article **108**<sup>15</sup> qui atteste que tout projet d'aménagement est soumis à la probation de la commune, mais en réduisant le rôle de la commune à un rôle de sauvegarde et de protection des terrains agricoles et de l'environnement. Autrement dit,

<sup>11</sup>, <sup>13</sup>, <sup>14</sup>, <sup>15</sup> Code communal 2011, [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov)

comme on a vu dans le processus d'aménagement territoriale d'ANDT<sup>12</sup>, la commune n'a qu'à donner son avis en ce qui concerne les terrains agricoles et l'environnement. Et là, on se pose la question sur le fait que les nouveaux projets touristiques programmés à *Azeffoun* soient construits sur des terrains agricoles et c'est la commune elle-même qui les a approuvés indirectement.

Un autre volet qui peut jouer sur l'attractivité territoriale est l'urbanisme et les infrastructures. La loi, et comme c'est déjà présenté en première section, donne une marge de manœuvre à la commune pour mener une stratégie d'urbanisation qui rentre dans un cadre d'aménagement territorial permettant la construction d'une destination touristique. Elle est même obligée d'assurer une harmonisation architecturale, toute en protégeant les terrains agricoles, l'environnement et les domaines publics, qui sont destinés uniquement pour la réalisation des projets publics (**art. 113, 114, 115**)<sup>13</sup>, ce qu'on ne trouve pas à *Azeffoun*. Les terrains agricoles sont devenus les meilleurs endroits pour construire des projets touristiques et économiques. Une architecture qui ne reflète aucune image d'une destination touristique. L'explication donnée par le bureau d'urbanisme et que la commune ne peut pas intervenir en cas des propriétés privées, mais c'est la même commune qui donne le permis de construction, et c'est la même commune qui cherche à trouver des solutions à ces zones d'expansion urbaine nommée « privées », exemple : *Timellouka*.

Pour les loisirs et le sport, elle doit concourir à la réalisation des établissements destinés à ces activités. Des établissements qui relèvent après réalisation, du ministère en question. Autrement dit, la commune devra construire des établissements. Pour *Azeffoun*, il y a des établissements qui sont insuffisants mais pour ceux qui existent, dans la plupart du temps, sont mal gérés. Ce qui nous amène à une autre problématique. Pour le tourisme, l'élément principal de ce travail, le code communal ne porte **qu'une seule notification** dans laquelle il insiste sur le fait que la commune doit prendre toute mesure qui encourage le développement du tourisme et son extension. Toutes ces thématiques, sont décrétées dans un seul article du code communal (**art. 122**)<sup>18</sup> ce qui donne une idée sur l'importance de ces derniers dans nos stratégies de développement.

Un autre aspect que la commune doit prendre en charge et qui a une influence sur la vie touristique, est l'environnement et l'hygiène. **L'article 124**<sup>19</sup> de code communal décrit la responsabilité qu'a la commune en matière d'hygiène dont elle doit assurer l'eau potable et d'évacuer les eaux usées. *Azeffoun* a investi davantage en terme d'hygiène, elle a pu décrocher le trophée de la ville la plus propre au niveau de la wilaya, cet argent est utilisé pour s'équiper de matériel lourd en hygiène. Il manque une **station** de recyclage des déchets, ce qui dépasse la commune de fait que l'Algérie n'a pas beaucoup investi dans cette optique.

*Azeffoun* qui a donné beaucoup pour la culture algérienne mérite d'abriter un festival du chaabi à l'honneur de pionnier *B. Alanka* et *K. Messoudi*, et les autres. Mais la commune ne fait rien pour son image de marque, sachant que la loi lui donne la possibilité d'animer la

<sup>12</sup> Agence nationale de développement du tourisme.

<sup>13</sup>, <sup>18</sup>, <sup>19</sup> Code communal 2011, [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov)

vie culturelle (**art.122**)<sup>14</sup>. Ceci due à une mauvaise exploitation des ressources qui a pour origine, une gestion inefficace.

La commune d'Azeffoun a chargé des associations pour s'occuper de l'environnement et d'assurer l'animation des activités culturelles au niveau des plages cette année. Mais il reste à signaler l'absence de l'implication citoyen à travers les associations culturelles, sportives et environnementales. Bien que chaque village dispose d'une association au moins, et que la commune encourage vivement ce genre d'activité, comme indiqué dans la loi (**art.122**)<sup>21</sup>, l'implication de ces association est timide voire inexistante. Or, le capital social joue un rôle très important sur le territoire, comme il influence les décisions publiques sur le plan d'aménagement et de développement économique, social et environnemental.

Tout projet d'investissement doit être financé. Le financement est le souci majeur des investissements publics. La commune peut assurer des moyens de financement par la voie fiscale et par la fourniture des services rémunérés. Mais la loi interdit toute instauration d'impôts, de taxes par la commune (**art.196**)<sup>22</sup>. Elle ne fait qu'exécuter ce que la loi de finance lui dicte. Et dans le cadre des politiques économiques nationales, la commune reste dépendante de ces politiques nationales. Elle est obligée de baisser les taux d'impôts et taxes quand la politique nationale va vers l'encouragement des investissements, de leurs suppressions même. Et comme la majorité des ressources de la commune sont des subventions étatiques, elle n'assure que les services obligatoires, loin d'investir....autre chose, est que les recettes que reçoit la commune par la fourniture de ses services, vont être obligatoirement utilisées pour équilibrer le budget, et en cas de surplus, elles sont affectées vers le compte de solidarité intercommunale. Pour la commune d'Azeffoun, près d'un milliard de centime de recettes a pu être généré par la location des places publiques cet été.

Azeffoun attire les personnes plus que les investisseurs. L'explication est que les personnes achètent des terrains pour construire leur propre appartement, ou villas. Elle attire des personnes car la plupart sont d'origine d'Azeffoun et résident ailleurs. Ces personnes ont leurs propres maisons à Azeffoun. Pour les visites familiales et les amis, il y a souvent un local propre pour résider. Autre chose, d'après le bureau d'urbanisme, Azeffoun contient un nombre de maison qui peut servir toute la population d'Azeffoun, ce potentiel est exploité par les propriétaires en saison estivale pour location. Une autre explication, est que le foncier qui revient aux propriétaires privés, ce qui empêche les investisseurs à trouver une assiette pour investir.

Un autre point de conclusion, sont les effets du tourisme. En plus des effets positifs sur le plan économique, on a pu remarquer le changement à Azeffoun. Des sites urbains non planifiés avec une expansion vers les terrains agricoles, même le site archéologique de Village Azeffoun n'a pas été épargné par cette expansion. Si un jour, la mer d'Azeffoun est l'un des plus propres et la plus poissonneux de la région, on pose la question ; le restera-t-elle?

<sup>14</sup>, <sup>21</sup>, <sup>22</sup>, Code communal 2011, [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov)

# ***Conclusion générale***

---

L'attractivité d'un territoire est un processus qui permet, après réalisation des différents projets territoriaux, de rendre ce territoire attractif. Cette attractivité se mesure par l'afflux des personnes, des capitaux, des investisseurs, ... Le tourisme se présente comme un phénomène mondial dès les années cinquante, par la mobilité des personnes qui a dépassé la barre d'un milliard en 2012. Construire des destinations touristiques qui répondent aux attentes des clients/ touristes avec une offre de qualité peut rendre un territoire attractif et même, compétitif.

C'est la logique dans laquelle beaucoup des territoires ont évolué, de construire des destinations touristiques pour avoir une part de ces revenus générés. Une part qui dépend de l'offre touristique mais aussi, d'une stratégie offensive qui permet de faire connaître cette destination. Dans cette même logique, des territoires ont construit des destinations touristiques en se basant sur les ressources construites, à l'exemple de *New-York* et beaucoup de ville américaines et *Dubaï* qui est un modèle de référence des villes modernes. Ils ont pu comprendre, ces territoires, ce que vaut le tourisme en économie à travers des destinations touristiques attractives. Et si on constate un dynamisme mondial dans ce secteur, c'est parce qu'il est le 11<sup>ème</sup> secteur créateur d'emploi, le premier mondial qui crée des richesses en 2015. Il présente un avenir économique avec une forte croissance qui a pu résister devant les différentes crises économiques mondiales.

Pour revenir à la notion d'attractivité d'une destination touristique qui nécessite la mise en réseau d'acteur autour d'un projet territorial, ce projet demande l'implication des différents acteurs territoriaux et une volonté politique qui dynamise ce processus. Ce travail s'est intéressé à cette variable, acteur territorial ou acteurs publics locaux qui ont une très grande influence sur cette dynamique ou ce processus.

La problématique que nous avons posée concerne le rôle des collectivités locales, à travers les décideurs publics, dans le processus de construction d'une destination touristique pour rendre un territoire attractif ou bien renforcer son attractivité. Ce qui nous a amené à effectuer un travail de terrain pour voir de près ce rôle tout en donnant de l'importance aux lois réglementaires, le financement et la qualité de gestion ainsi qu'à l'esprit managérial.

Nous avons analysé la réglementation pour comprendre le degré de liberté et l'attitude des décideurs publics locaux. Comme tout projet a besoins de ressources financières, nous nous sommes donc intéressés au financement. Par ailleurs, avoir les ressources financière et la réglementation de son côté n'est pas toujours suffisant, l'absence d'un esprit peut être la source de tout dysfonctionnement.

En référence à nos hypothèses de départ et après analyse des données théoriques et empiriques, nous avons pu déduire conclusions suivantes :

### 1- La réglementation :

En premier lieu et en terme de législation, il est difficile de dire que la loi interdit ou contraint toute initiative de développement et d'aménagement territorial. Le code communal à lui seul a bien défini les compétences de la commune. Selon ce code, la commune est obligée de suivre le développement économique et le dynamiser à travers son implication. Aussi, ce code communal n'est pas le seul qui régit la vie d'une collectivité locale.

Le code communal stipule clairement que la commune doit concourir avec l'Etat dans l'aménagement du territoire et le développement (**art. 3**). Elle peut même définir et adopter des plans d'aménagement annuel et pluriannuel adaptés au plan national d'aménagement (**art. 107**). Comme elle participe dans la réalisation de ces différents plans (**art. 108**). Elle peut initier des projets de développement économiques en exploitant son potentiel, ou ses spécificités (**art. 111**). Pour l'aménagement, la commune a cette marge de manœuvre que la loi lui confère pour mener une stratégie de développement axée sur le tourisme, qui se traduit par des plans d'aménagement territorial pour construire une destination touristique. Une destination touristique avec la faculté d'aménager son territoire en donnant les permis de construction (**art. 113, 114,115**).

En ce qui concerne le tourisme et les activités de loisir, sportives et culturelles, qui sont nécessaire pour dynamiser le tourisme, le code communal a cité le rôle et la compétence de la commune. La commune est obligée dans cette présente loi de prendre toute initiative qui permet de valoriser son patrimoine et de développer le tourisme (**art. 122**), Comme elle doit réaliser des infrastructures qu'il le permette (**art. 123**).

Si on analyse la loi, qui est applicable sur l'ensemble des communes algériennes, on dit qu'elle ne pose pas problème, en général, pour construire une destination touristique, on peut même dire qu'au contraire, elle la favorise. Ceci dit, certaines réalités existent doivent être prises en compte. C'est vrai que le code communal a donné des prérogatives en matière d'aménagement et de développement de l'activité économique et du tourisme, mais cette loi ou ce code, est accompagné par des lois règlementaires plutôt contraignantes quant à elles. En ce qui nous concerne, nous n'aborderons pas ces éléments mais nous nous sommes intéressés à la décentralisation en *Algérie*.

La commune, sur le terrain, ne peut rien faire sans se référer à la wilaya par le biais de la daïra. Tout projet d'aménagement et de développement économique doit être approuvé par la wilaya, ce qui freine l'implication de la commune. Tout projet d'aménagement territorial, touristique doit suivre le plan national d'aménagement qui ne prend pas, forcément, les spécificités des territoires locaux, ce qui freine encore une autre fois l'implication de la commune. Une autre réalité est que les zones d'expansion touristique sont sous l'autorité du ministère du tourisme, ce qui fait que, tout projet touristique est approuvé, donc initié, par le ministère du tourisme et la commune n'est qu'un exécutant voir, accompagnant. Même chose

pour les sites touristiques, les centres culturels qui sont dirigés par le ministère de la culture. En outre, on donne des prérogatives à la commune mais en contre partie, on ne lui laisse rien.

La commune en *Algérie* est la collectivité où le citoyen peut participer à la gestion des affaires publiques, elle exprime la décentralisation (**art. 2**). D'après cet article et dans la logique de construire une destination touristique pour plus d'attractivité, le citoyen peut exprimer ses besoins et ses attentes en termes de développement. La participation citoyenne a deux dimensions, une c'est l'implication directe dans la gestion publique à travers les élus, les représentants de la population locale. Et la deuxième forme ou dimension, est la participation à travers le capital social, c'est-à-dire les associations et autres formes de regroupement qui vise l'amélioration de la vie économique, sociale...Paradoxalement, cet élu, ou ce décideur public local est dépendant des projets d'aménagement et de développement de la wilaya et il a la possibilité d'en proposer. Notons par ailleurs que le citoyen algérien est peu impliqué dans la vie politique, économique...

## 2- Le financement :

Le financement constitue une des contraintes majeure de tout projet d'investissement. L'aménagement territorial, l'aménagement touristique, le développement économique sont des objectifs qui nécessitent un portefeuille important de financement. Pour nos communes, une grande partie de leur financement provient des subventions étatiques et du compte de solidarité intercommunal. Ces subventions assurent le fonctionnement et la fourniture des services de base considérés dans la loi comme généraux (**art.150**). Ainsi donc, et comme les finances sont des subventions étatique, on pourrait comprendre que la commune n'est pas dans l'obligation d'élargir son domaine d'intervention. Aussi, dans l'**article. 191** du code communal, la commune ne peut recevoir que les taxes et les impôts fixés par l'Etat. De ce fait, la commune et dans la plus part de temps, perd une très grande part de ses richesses produites sur son territoire. Une même taxation appliquée sur tout le territoire algérien n'est pas génératrice de richesses pour la plupart de nos communes, car les spécificités de ces dernières implique une diversification des activités économiques. Ce qui nous a amené à voir des communes riches telle que *HassiMessoud*, la commune la plus riche en Algérie et qui à elle seule couvre le déficit de plusieurs communes algériennes. *Azazga, Tizi-Rached, Fréha, Tizi-ouzou* pour la wilaya de *Tizi-Ouzou*, et d'autre plus pauvres comme *Ath-Ziki* de la daïra de *Bouzeguen* au niveau de la même wilaya. Pour revenir à l'exemple de *HassiMessoud*, la commune la plus riche, et selon l'**article 151**, elle doit équilibrer son budget communal et le reste va vers le compte de solidarité intercommunal et les taxes pétrolières pour financer le budget de l'Etat. Autrement dit, même lorsqu'une commune possède les ressources nécessaires pour assurer le financement de ses projets d'aménagement territorial et touristiques et du développement économique, elle ne pourra, vers la fin, qu'équilibrer son budget et le reste ne lui appartient pas.

A cette réalité empirique, une autre s'ajoute. La loi **91-21** qui alourdit le processus de dépenses et même des recettes. Même s'il existe des sources de financement, en plus des aides

étatiques, cette loi est une véritable contrainte qui ralentit le processus de développement, la procédure étant très lente. Et comme toute la responsabilité incombe au comptable public, ce dernier préfère dans certains cas, ne pas donner son visa, surtout pour les projets d'investissement comme dans le cas d'aménagement, où les résultats ne sont pas sûrs.

### 3- La gestion publique :

Le code communal donne la possibilité d'initier, d'adopter des plans d'aménagement annuels et pluriannuels (**art.107**). Si la commune dispose d'un potentiel qui permet la « bonne » gestion, elle peut exploiter cet article pour mener des projets de développement territorial en les adaptant au plan d'aménagement national, le critère pour lequel beaucoup de projets sont annulés. A ce niveau, il nous est possible de considérer que le plan d'aménagement national n'ait pas pris en compte les spécificités des territoires, mais la commune avec son potentiel managérial pourrait concevoir des projets territoriaux adéquats. Elle a la possibilité d'initier et de prendre toute mesure qui favorise son développement économique (**art.111**), faute de « mauvaise » gestion, on ne trouve pas des projets qui permettent ce développement. Elle peut exploiter un autre article, la commune peut créer des établissements dotés d'une personnalité morale et d'une autonomie financière pour fournir des services publics (**art.154**). Pour relier ça avec l'**article111**, la commune peut créer des établissements à caractère commercial, du tourisme, pour avoir sa part de marché et pour s'assurer de financement des projets de développement et d'aménagement. Au lieu de céder des terrains et des biens publics au privé, pour ne rien offrir, à des prix symbolique, la commune a la possibilité de jouer un rôle effectif et d'être le leader pour que le privé suive la concurrence.

Nous pouvons imputer ces insuffisances à l'absence de l'esprit managérial dans la commune. Parce que, pendant très longtemps, la commune s'est habituée à la fonction d'administration et aux subventions étatiques. Conjuguée à la résistance au changement, cela a pris et prendra certainement encore beaucoup de temps avant que notre commune devienne « manager ».

Comme on s'est limité à la commune, acteur territorial, et dans la commune au code communal 2011, aux financements et à la gestion publique, on peut dire qu'en termes de loi, l'Algérie a toujours garanti une référence « loi » pour une vie démocratique qui assure à son tour, le développement. Reste la façon dont chaque responsable, élus ou personne, l'interprète, cette loi. C'est là que se situe souvent la source des dysfonctionnements. On peut dire aussi que la non collaboration entre secteur a fait que la commune se trouve au carrefour des stratégies du ministère du tourisme, de celui de la culture, du sport et de la jeunesse, du ministère de l'intérieur, des finances...et chaque secteur propose ses propres lois qui font que la commune se trouve écartée indirectement du processus de développement.

Pour les finances, un grand travail reste à faire, non seulement pour les communes mais pour toute l'économie algérienne. Car, passer à côté sans avoir pu exploiter une variable comme le tourisme, est une perte pour l'Algérie actuelle et l'Algérie de demain. Il est plus que

nécessaire d'investir dans des secteurs comme le tourisme pour assurer des ressources financières, mais avant, il faudra peut-être revoir certains textes législatifs. La loi **90-21** qui est une référence dans la comptabilité et les finances publiques. Revoir la décentralisation/déconcentration, revoir le système d'imposition et de taxation. Il faut responsabiliser les communes sans que la décentralisation soit une contrainte pour la cohésion sociale et l'unité de la nation.

Pour la gestion publique et avec des formations comme le Management Public, nous jugeons que cela peut apporter des améliorations pour peu que les étudiants/citoyens soient impliqués dans la gestion de leurs collectivités locales.

Nous pouvons rajouter en dernier lieu qu'il est sans doute clair que le tourisme génère des recettes qui permettent à leurs tours de financer des projets de développement. Ceci dit, le tourisme est un phénomène qui, parfois, détruit les territoires. Il apporte des changements aux territoires, fait perdre l'identité et l'originalité qui est dans la plupart du temps un patrimoine historique et culturel. Il peut engendrer, lorsque c'est mal encadré, des effets négatifs sur les sociétés d'accueil, sur l'environnement. Autrement dit, à tout projet économique des effets positifs et négatifs, reste à arbitrer entre ces effets.

**Ouvrages :**

- 1/ M. Amiel, F. Bonnet, J. Jacobs : « Management de l'administration » ; 2<sup>ème</sup> éd ; De Boeck université. France..
- 2/ C. Chamard ; « Le marketing territorial » ; De Boeck ; France ; 1<sup>ère</sup> ed; 2014.
- 3/ J. Lozato-Giotart & M. Balfet ; « Management du tourisme, les acteurs, les produits, les marchés et les stratégies » ; Pearson éducation ; France ; 2004.
- 4/ P. Le Galès ; « Gouvernance et gouvernement des territoires », la documentation, France.
- 5/ Ch. Morley ; « Gestion d'un projet ; système d'information : principes, techniques, mise en œuvre et outil » ; DUNOD ; France ; 2006.
- 6/ O'Brien : « Introduction au système d'information » ; Chenier/McGraw-Hill; Canada ; 2001.
- 7/ C. Peter ; « Le marketing du tourisme », DUNOD ; 2015.
- 8/ N. Thom & A. Ritz ; « Management public, concepts innovants dans le secteur public » ; presse polytechnique et universitaires romandes ; France ; 1<sup>ère</sup> éd ; 2013
- 9/R. Laufer ; A. Burlaud ; « Management public : Gestion et légitimité » ; Dalloz ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr) .
- 10/ Stratégor.

**Thèses:**

- 11/ M. Boivin ; « le rôle du développement durable dans l'attractivité touristique urbaine » ; thèse ; univ Québec à Montréal ; 2016.
- 12/M. Emmanuel ; « les territoires du tourisme en ville, pratique des acteurs du tourisme dans les villes d'Amboise, de Blois et de Tours » ; univ d'Angers ; 2007 ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr).
- 13/Ph. Hurdebourcq ; « l'innovation institutionnelle territoriale au service du développement économique : tentative de modélisation » ; univ Aix Marseille ; 2013. [www.theses.fr](http://www.theses.fr).
- 14/P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .
- 15/ Y. Morin ; « L'université dans ses territoires » ; univ Grenoble Alpes ; 2006 ; [www.teses.fr](http://www.teses.fr)
- 16/ A. Musson ; « l'attractivité entrepreneuriale des territoires et le développement durable : existe-il une attractivité durable des territoires ? » ; univ de peu et des pays de l'Adour, 2012. [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .
- 17/J. Piriou ; « enquête sur la région touristique, une recherche sur les pratiques spatiales de dimension régionale des acteurs du tourisme » ; univ d'Angers ; 2012. [www.Archive-ouvert.fr](http://www.Archive-ouvert.fr)
- 18/ E. Pouemenu ; « des études sur le tourisme durable » ; univ Touloun, 2013. [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr) .
- 19/ S. Serval : « Les managers territoriaux face à l'attractivité durable de leurs territoires » ; univ Aix Marseille ; 2015 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .

**Revues**

- 20/J. Aldhuy ; « Au-dela du territoire, la territorialité » ; geodoc ; 2008 ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr) .
- 21/ Y. Bertacchini & M. Lebreton ; «acteurs locaux, réseaux et territoire : représentation du potentiel d'action local » ; [www.cnrtl.fr](http://www.cnrtl.fr)
- 22/ H. Colletis-Wahl, V. Peyrache-Gadeau & B. Serrate;« introduction générale. Les dynamiques territoriales : quelles nouveautés ? » ; Revue d'Économie Régionale & Urbaine ; 2008 ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info) .
- 23/Ch. Demen Meyer;« le tourisme : essai de définition » ; Management & Avenir ; 2005 ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info). [www.cairn.info](http://www.cairn.info) .
- 24/ N. Fabry ; « clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires » ; Revue internationale d'intelligence économique ; 2009 ;
- 25/ A. Faure ; « Territoires/Territorialisation » ; Dictionnaire des Politiques Publiques ; Presses de Sciences ; 2005, [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr) .
- 26/ P. Ginet ; « le territoire, un concept opératoire pour la Géographie appliquée (à l'aménagement) » ; Documentaliste - Sciences de l'Information ; 2012 ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr) .
- 27/G. Kourtessi-Philippakis ; « la notion de territoire : définitions et approches » ; [www.publication-sorbobne.fr](http://www.publication-sorbobne.fr) .
- 28/ A. Moin ; « le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie » ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info) .
- 29/Th. Paquot, « qu'est-ce qu'un « territoire » ? » ; Vie sociale 2011 ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).
- 30/ Y. Pesqueux ; « la notion de territoire » ; Colloque Propedia - Observatoire économique des banlieues ; Dec 2009 ; Paris ; France ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr).
- 31/ Mérenne-Schoumaker ; « De l'aménagement du territoire au développement territorial : évolution ou révolution ? » ;
- 32/C. Raffestin ; « le rôle des sciences et des techniques dans les processus de territorialisation » ; Revue européenne des sciences sociales ; 1997 ; [www.archive-ouvert.unig.ch](http://www.archive-ouvert.unig.ch) .
- 33/R. Woessner ; « la territorialisation : proposition pour la compréhension du phénomène par une entrée systémique » ; Revue d'Économie Régionale & Urbaine ; 2010 ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info).
- 34/« pôles d'attractivité et développement territorial, étude sur les technopôles au Maroc » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)
- 35/attractivité ; [www.cairn.info](http://www.cairn.info)
- 36/Georgia Kourtessi-Philippakis ; « La notion de territoire : définitions et approches ».

**Mémoires :**

- 37/ A. Dumontrotty ; « la demande en tourisme durable » ; univ Normandie ; 2014.
- 38/ N. Kechih ; « veille technologique et l'obtention d'un avantage concurrentiel » ; univ UMMTO ; 2014.
- 39/ K. SABA « autonomie financière des collectivités locale en Algérie », univ Béjaïa, 2013.
- 40/ A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; univ Toulouse II ; 2014.

**Sites :**

- 41/ [www.insee.fr](http://www.insee.fr).
- 42/ « aménagement de territoire » ; [www.wikipédia.fr](http://www.wikipédia.fr) .
- 43/ « qu'est ce que le tourisme ? » , [www.fits.tourismesolidaire.fr](http://www.fits.tourismesolidaire.fr).
- 44/ « tourisme, voyage pour loisir ou pour plaisir » ; [www.wikipédia.fr](http://www.wikipédia.fr) .
- 45/ [geoconfluence.ens-lyon.fr](http://geoconfluence.ens-lyon.fr).
- 46/ «comprendre la compétitivité territoriale » ; [www.wikirritorial.cnfpt.fr](http://www.wikirritorial.cnfpt.fr).
- 47/ « types du tourisme » ; [www.fmag.unicit.it](http://www.fmag.unicit.it) .
- 48/« Territorialisation » ; [www.diction.enap.ca](http://www.diction.enap.ca) .
- 49/ « définition de la territorialité » ; [www.Cntrl.fr](http://www.Cntrl.fr) .
- 50/ « territorialisation : menace ou levier de l'action publique ? » ; [www.inet-ets.net1](http://www.inet-ets.net1) .
- 51/ G. Di Moi ; « les territoires du quotidien » ; 1996 ; p40 ; [www.toupie.org](http://www.toupie.org) .
- 52/Champollion, Piorey 2004 ; [www.reaserchgate.net/pulication](http://www.reaserchgate.net/pulication) .
- 53/Pierre George, [fr.wikipédia.org](http://fr.wikipédia.org).
- 54/« l'attractivité territoriale, un regard croisé » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr).
- L. Boyer ; N. Equilbey ;«Histoire de management »
- V. Wright ; NPM comme idéologie

**Autres :**

- 55/Code communal 2011 ; [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov).
- 56/ Loi 90-21 ; [www.intérieur.gov](http://www.intérieur.gov).
- 57/ Agence National du Tourisme ;« plan d'aménagement territorial de Blerouna » ; Direction du tourisme de Tizi-Ouzou, commune d'Azeffoun.

**Liste des tableaux :**

Tableau 1 : L'attractivité des pays pour 2016.....	49
Tableau 2 : L'attractivité des villes.....	50
Tableau 3 : Les recettes par pays.....	50
Tableau n°4 : Les infrastructures hôtelières en activité à Azeffoun.....	68

**Liste des figures :**

Figure 1 : Représentation de système de réseau d'acteur du tourisme.....	39
Figure 2 : La structure de déconcentration en Algérie.....	58
Figure 3: Les ZESTs de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	61
Figure 4 : Le découpage administratif de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	62
Figure 5 : La structure de la commune d'Azeffoun/2007.....	63
Figure 6 : Les zones d'expansion touristique : Azeffoun, Blerouna et Sidi Kheléfa.....	66
Figure 7 : Le processus d'aménagement touristique.....	70

## **Guide d'entretien:**

*Le questionnaire qui suit a été adressé au vice président d'APC d'Azeffoun Mr SINI. Le personnel des bureaux d'urbanisme, le bureau de personnel, le bureau des travaux neufs. Ces différents bureaux sont les seuls à avoir une relation plus ou moins directe avec le tourisme et l'aménagement en général. Nous tenons à préciser qu'avant de poser certaines questions, nous avons d'abord expliqué et défini certaines notions, jugées nécessaires pour que ces personnes comprennent l'objectif de notre étude, telles que : attractivité, compétitivité, projet de développement, aménagement territorial, ...*

En vue de réalisation d'un mémoire master qui porte sur « le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale », et en vue d'analyser l'attractivité de territoire d'Azeffoun par rapport à la variable tourisme, et pour mettre l'accent sur le rôle et l'attribution de nos administrations publiques dans le processus d'attractivité territoriale. Et pour confirmer ou infirmer les hypothèses posées au départ, nous vous demandons de bien vouloir répondre aux questions suivantes :

Présenter nous dans un premier temps votre administration publique, sa structure, et la fonction qu'elle remplit, ces compétences territoriales,..... Et son statut en termes de Management Public

(Après avoir parlé de l'administration en général, nous passons à l'essentiel de notre thématique)

1. Cette commune Azeffoun dispose-t-elle d'un potentiel touristique ? si oui, pouvez-vous nous parler de ce potentiel (sites touristiques, ou ce qu'on appelle en économie : les ressources données ou naturelles de territoire d'Azeffoun).
2. Quels sont les projets touristiques déjà réalisés ? pouvez-vous nous donner, selon vos indicateurs, le degré de la dynamique touristique dans cette commune
3. Ya-t-il des projets qui sont au cours de réalisations ? Quels sont-ils ?
4. Quels sont les futurs projets touristiques à Azeffoun?
5. Que pouvez-vous dire sur l'attractivité en général?
6. Parlant de l'attractivité territoriale, que pouvez-vous nous dire sur cette à Azeffoun ?
7. Quelles sont les mesures que vous avez prises pour rendre Azeffoun attractif ?
8. Quelles sont les pratiques que vous développez maîtrisés en termes d'attractivité à votre niveau (administration).
9. Les clusters ou pôles de compétitivité, sont deux formes, structures, qui permettent une meilleure coordination entre acteurs territoriaux, à travers les réseaux d'acteurs. Que fait votre administration en guise de construction de ces réseaux ?
10. Parlez-nous d'attractivité d'Azeffoun sur le plan touristique en parlant des pôles de compétitivités, les clusters, les réseaux d'acteurs tout simplement, et votre contribution tant qu'administration publique ?
11. L'attractivité d'un territoire est un tout, en plus des réseaux d'acteurs, on parle des procédures d'investissement en tourisme, quelle est la procédure qu'un investisseur doit suivre pour mener un projet touristique à Azeffoun ?

12. Pensez-vous que la procédure est favorable ? où la jugez-vous contraignante ? dans ce dernier cas, à quel niveau se situent les blocages ?
13. En termes d'aménagement territorial, quels sont vos projets d'aménagement qui permettent de faire d'Azeffoun une destination touristique ? Parlez-nous de ce qu'existe et de ce qui est comme projet futur.
14. Avez-vous, en tant qu'administration publique, une marge de manœuvre pour mener une stratégie du développement orientée vers l'attractivité ?
15. En tant qu'acteur, quelle est votre contribution ?
16. Je vous cite quelques exemples, merci de les commenter,
- ✓ Premier exemples, le site archéologique de village d'Azeffoun. qu'a fait votre administration pour le protéger et le valoriser ?
  - ✓ Deuxième exemple, les seuls qui font du marketing touristique (territorial) est le groupe ETHB Haddad en premier, et les citoyens d'Azeffoun.
  - ✓ Azeffoun a donné des grands noms en culture pour l'Algérie, jusqu'à nos jours on ne trouve pas l'exploitation de cette vérité pour renforcer l'image de marque de ce territoire.
  - ✓ Azeffoun qui dispose de tout ce potentiel touristique, est difficile d'accès, je parle des infrastructures routiers, une seule entrée/ sortie, ce qui créer des embouteillages, en saison estivale surtout, si on met de coté les deux autres pour des raisons géographique. Je parle des projets d'infrastructures routiers en vigueur ou susceptible de l'être !
  - ✓ la sûreté nationale interdit tout stationnement au niveau du boulevard, ce qui a mis les seuls commerçants qui servent les touristes de pris en crise. Un commentaire ?
  - ✓ Ce problème d'encombrement ne se pose pas uniquement au niveau de la route N°24, c'est une crise de toute la ville d'Azeffoun en été.
  - ✓ Le transport maritime offre une opportunité et une solution même, avec l'existence d'un port.
  - ✓ Tourisme estival ou tourisme durable !
17. il a été relevé, ces cinq dernières années, une dégradation de l'environnement. En tant qu'administration publique, quelles sont les mesures que vous avez prises pour y remédier ?
18. Où en sont vos projets touristiques ?
19. Au niveau des plages ou autres sites, que pensez-vous du citoyen qui se trouve devant l'obligation de payer des sommes non justifiées en guise des services non satisfaisants ?
20. y a-t-il des textes qui régissent ces actions publiques dans le cadre du tourisme et attractivité territoriale? Si oui, sont-elles favorables ou contraignantes ? expliquez.
21. En dehors de ces lois, avez-vous, au niveau de votre administration, un potentiel organisationnel et managérial qui permet une gestion efficace des affaires publiques ?
22. Comment financez vous vos projets touristiques et les infrastructures qui rentrent dans le cadre de l'aménagement territorial ?
23. Un mot sur la décentralisation ?
- Nous vous remercions de votre collaboration.

## Quelques définitions :

L'ensemble de ces définitions sont des notions évoquées ou utilisées dans ce travail. Le contexte n'a pas permis leur développement mais il est bien de les définir pour mieux rapprocher le sens au contexte dans lequel ont été utilisées.

**Actifs** : correspondent aux facteurs de production en activité.<sup>1</sup>

**Capital social** : c'est une notion issue de la citoyenneté et R. D. Putnam (2000) le définit ainsi : « *Le capital social est l'état de formation des relations entre individus et réseaux sociaux* ».

**Cluster**: « *Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (e.g., universities, standards agencies, trade associations) in a particular field that compete but also cooperate* ». C'est aussi: « *Clusters are concentrations of highly specialized skills and knowledge, institutions, rivals, related businesses, and sophisticated customers in a particular nation or region. Proximity in geographic, cultural, and institutional terms allows special access, special relationships, better information, powerful incentives, and other advantages in productivity and productivity growth that are difficult to tap from a distance. As a result, in a cluster, the whole is greater than the sum of the parts* ». M. Porter; Location, Competition, and Economic Development : Local Clusters in a Global Economy, 2000 ; p.15 et 32<sup>2</sup>

**Compétence** : « *désigne la capacité à déployer les ressources pour atteindre les objectifs fixés. Elle couvre l'ensemble des savoir, savoir faire, savoir être qui permet l'exécution des activités..* »<sup>3</sup>.

**La culture** : « *est l'ensemble de façon de pensée et d'agir, et par conséquent, l'ensemble de façon d'organiser, de gérer et de produire. Plus précisément, la culture est un système composé de valeurs opérantes, de croyances, de comportements habituels formalisés ou non, connus de tous mais souvent peu conscients qui déterminent les façons de concevoir et de se conduire* »<sup>4</sup>

**Le développement durable** : « *le développement durable c'est un développement économique qui permet de satisfaire les besoins de la présente génération sans compromettre la capacité des générations futures à satisfaire les leurs* » rapport de Brundtland ; 1987

<sup>1</sup>P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .

<sup>2</sup>P. Menage : « Mise en réseau d'acteurs et compétitivité territoriale » ; univ François Rabelais de Tours ; 2011 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr) .

<sup>3</sup> Stratégor.

<sup>4</sup> Stratégor.

**Développement territoriale** : « l'augmentation de la capacité des acteurs situés d'un territoire à en maîtriser les dynamiques d'évolution qui les concernent » Deffontaines, Marcelpoil et Moquay.

**Ecosystème** : ceux sont l'ensemble des relations qui relient les acteurs entre eux et qui génèrent des baisses des coûts, donc, des avantages à ces acteurs.

**Gouvernance territoriale** : coordination entre acteurs territoriaux qui permet la réalisation des objectifs communs.

**Identité** : « ...c'est ce qui nécessite un sentiment d'appartenance.. »<sup>5</sup>

**Management public** : «Le Management Public a pour objet d'étudier l'organisation publique à l'effet d'améliorer la marche et le fonctionnement des organismes et institutions publics. Le développement des politiques publiques, la gestion des finances publiques et les principes de gestion et de gouvernance publique»<sup>6</sup>.

**Marketing** : ensemble des techniques et des pratiques qui permettent la commercialisation des produits et la fidélisation de la clientèle.

**Performance** : « c'est un couple coût/valeur »<sup>7</sup>.

**Pôles de compétitivité (F. Perroux)** : « des concentrations géographiques d'entreprises liées, de fournisseurs spécialisés, de prestataires de services, d'entreprises de secteurs connexes, et d'institutions associées opérant dans différents domaines, où ils se font concurrence mais coopèrent également » (OCDE, 2009, 28). C'est aussi ; « Un pôle de compétitivité est une combinaison, sur un espace géographique donné, d'entreprises, de centres de formation et d'unités de recherche publiques ou privées engagés dans une synergie autour de projets communs au caractère innovant. Ce partenariat s'organise autour d'un marché et d'un domaine technologique et scientifique qui lui est attaché, et doit rechercher une masse critique pour atteindre une compétitivité et une visibilité internationale »<sup>8</sup>

**Processus** : « est un enchaînement d'activité standardisées produisant un résultat en transformant des éléments initiaux (entrées ou input) au sein d'un environnement donné »<sup>9</sup>

**Projet** : « est une image plus ou moins précise d'un futur que l'on pense atteindre »<sup>10</sup>.

**Parties prenantes** : « individu ou groupe d'individus qui peut influencer ou être influencé par la relation des objectifs de l'organisation » ; Fremant ; 1984.

<sup>5</sup> stratégor

<sup>6</sup> O. Hemissi ; « comprendre le management public » ; [www.archive-ouvert.fr](http://www.archive-ouvert.fr)

<sup>7</sup> Stratégor.

<sup>8</sup> A. Largier ; S. Lartigue ; O. Soulard ; Ch. Tarquis ; « A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; mémoire ; univ Toulouse II ; 2014.

<sup>9</sup> Stratégor.

<sup>10</sup> Ch. Morley, Gestion d'un projet ; « système d'information : principes, techniques, mise en œuvre et outil » ; DUNOD ; France ; 2006.

**Responsabilité sociétale :** ISO la définit : « *action d'un organisme pour assumer la responsabilité de l'impact de ses actions sur la société et l'environnement pour autant que ses actions soient cohérentes avec les intérêts de la société et du développement durable, fondée sur un comportement éthique, le respect de la loi en vigueur et les instruments gouvernementaux, et intégrées aux activités habituelles de l'organisme* ».

**Ressources :** « *sont l'actif tangible et non tangible...* »<sup>11</sup>.

**Ressources génériques :** ceux sont des ressources nécessaires et qui ne génèrent pas des avantages concurrentiels a.

**Ressources spécifiques :** ceux sont des ressources qui génèrent des avantages concurrentiels avec leurs adaptations ou utilisation.

**Système :** « *Un système est un groupe des composants relié entre elle, qui travaillant ensemble à la réalisation d'un but commun en acceptant des entrées et en produisant des sorties, le tout grâce à un processus de transformation structuré (système dynamique), comporte trois composants interactif de base en fonction (l'entrée, le traitement et la sortie)* »<sup>12</sup>.

**Système Productif Local (SPL) :** « *Une organisation productive particulière localisée sur un territoire correspondant généralement à un bassin d'emploi. Cette organisation fonctionne comme un réseau d'interdépendances constituées d'unités productives ayant des activités similaires ou complémentaires qui se divisent le travail (entreprises de production ou de services, centres de recherche, organismes de formation, centres de transferts et de vieille technologique)* »<sup>13</sup>

**Système territorial de production :** *Maillat (2003), définit comme « un ensemble caractérisé par la proximité d'unités productives au sens large. (Entreprises industrielles et des services, centres de recherche et de formation, organismes d'interface, organisations professionnelles, etc.). Qui entretiennent des rapports marchands et non-marchand d'intensité plus ou moins forte (Gilly1987), et qui génèrent une dynamique productive d'ensemble ».*

**Téchno-système :** c'est l'ensemble des infrastructures qui permet de relier les acteurs sur un territoire donné.

**Urbanisme :** « *ensemble des réflexions et des méthodes qui ont pour but l'aménagement de l'espace des villes et de leurs alentours en fonction de critères esthétiques, fonctionnels et sociaux* ».<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Stratégor.

<sup>12</sup> O'brien : « Introduction au système d'information » ; Chenlier/McGraw-Hill ; Canada ; 2001.

<sup>13</sup> M. Khattabi & M. Maillefret ; « A. Thibault « tourisme, attractivité territoriale et cluster » ; mémoire ; univ Toulouse II ; 2014.

<sup>14</sup> La place de l'urbanisme dans la société industrielle ; Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Tous droits réservés.

**Urbanisation** : « phénomène de concentration croissante de la population dans les villes, qui induit l'effacement progressif du caractère rural d'une zone géographique »<sup>15</sup>.

**Vacances** : « période légale d'arrêt de travail des salariés ; période de congé dans les écoles, les universités. Période de repos d'une personne qui travaille »<sup>16</sup>.

**Veille territoriale** : « La veille territoriale est le processus informationnel par lequel la collectivité territoriale se met à l'écoute anticipative des signaux de son environnement dans le but de réduire les incertitudes et de conduire des politiques locales adaptés à son contexte politique, économique et social ».

---

<sup>15</sup> Microsoft® Encarta® 2009. © 1993-2008 Microsoft Corporation. Tous droits réservés.

<sup>16</sup> M. E. Emmanuelle : « le tourisme des territoires en ville » ; thèses ; univ d'Angers, 2007 ; [www.theses.fr](http://www.theses.fr).