

UNIVERSITE MOULOUD MAMMARI DE TIZI-OUZOU  
FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES GESTION ET DES SCIENCES  
COMMERCIALES  
DEPARTEMENT DES SCIENCES COMMERCIALES



# Mémoire de fin de cycle

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

*Option : Marketing Hôtelier et touristique*

## Thème

**L'impact du dispositif de soutien ANSEJ à la création de  
l'activité dans le secteur touristique au niveau de la  
wilaya de Tizi Ouzou**

**Réalisé par :**

- ❖ M<sup>r</sup> : BOUAZIZ ALI
- ❖ M<sup>r</sup> : SAADA FARES

**Encadré par :**

- ❖ M<sup>r</sup> : SEDIKI .A

**Devant le jury composé de :**

**Président : MOUZAOUI .Z**  
**Examineur : KHEDACHE. S**  
**Encadreur : SEDIKI .A**

**Promotion 2019**

# *Remerciements*

*En premier lieu, nous tenons à remercier dieu, notre créateur pour nous avoir donné la force pour accomplir ce travail*

*Nous tenons à remercier notre encadreur pour son grand soutien et ses conseils considérables*

*Nous remercions également tous les professeurs du département de science économique commerciale et de science de gestion.*

*Il est également très agréable de remercier tous les membres de l'agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes de Tizi Ouzou*

*Que toute personne ait participé de près ou de loin à la réalisation de ce travail accepte nos grands et sincères remerciements*

# Dédicace

*Je dédie ce modeste travail*

*À mes chers parents, ma mère et mon père pour  
leur patience, amour, soutien et encouragements.*

*A Ma sœur*

*A mes amies et camarades.*

*Que ce travail soit l'accomplissement de vos vœux*

*Tant allégués, et le fruit de votre*

*Soutien infailible,*

*Merci d'être toujours là pour moi.*

# *Dédicace*

*Pour l'expression d'un profond respect et de  
reconnaissance, je dédie ce*

*Modeste travail à*

*Mes chers et tendres parents qui m'ont entouré de leur  
amour, leurs soutiens*

*Et qui m'ont offert tant de courage et de conseils. Que le  
bon dieu les protège*

*A Mes frères et leurs épouses*

*A ma sœur*

*Et ou petite chouchou de la famille dylane*

*Toute ma famille*

*Et à tous mes amis et camarades*

*FARES*

# *Sommaire*

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre1 : tourisme en Algérie état des lieux .....</b>	<b>7</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>7</b>
<b>Section 01 : Les politiques de développement du secteur du tourisme en Algérie Depuis l'indépendance.....</b>	<b>7</b>
<b>Section 02 : Le rôle socioéconomique du tourisme en Algérie.....</b>	<b>19</b>
<b>Section 03 : les acteurs et les entreprises touristiques dans un territoire.....</b>	<b>25</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>33</b>
<b>Chapitre 2 : le secteur touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....</b>	<b>35</b>
<b>Introduction .....</b>	<b>35</b>
<b>Section 01 : potentialités touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....</b>	<b>35</b>
<b>Section 02 : l'activité touristique dans la willaya de Tizi Ouzou .....</b>	<b>44</b>
<b>Section 03 : Les dispositifs de soutien à la création de l'activité .....</b>	<b>55</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>61</b>
<b>Chapitre 3 : ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique.....</b>	<b>62</b>
<b>Section 01 : Présentation du dispositif ANSEJ.....</b>	<b>62</b>
<b>Section 02 : démarches de création d'entreprise touristique (Agence de voyage) dans le cadre du dispositif ANSEJ.....</b>	<b>71</b>
<b>Section 03 : analyse et interprétation des résultats de l'étude .....</b>	<b>79</b>
<b>Conclusion.....</b>	<b>103</b>
<b>Conclusion générale .....</b>	<b>104</b>

<b>ANGEM</b>	Agence national de gestion du micro crédit
<b>ANSEJ</b>	Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes
<b>CNAC</b>	La caisse nationale d'assurance chômage
<b>CSVF</b>	Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets
<b>FNSEJ</b>	Fond national de soutien à l'emploi des jeunes
<b>IBS</b>	impôt sur les bénéfices de société.
<b>IFU</b>	Impôt Forfaitaire Unique
<b>IRG</b>	impôt sur le revenu global
<b>L'ANDI</b>	L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement
<b>L'ONAT</b>	L'Office national algérien du tourisme
<b>OMT</b>	L'organisation mondiale du tourisme
<b>ONG</b>	Organisation non gouvernementale
<b>ONT</b>	l'Office National du Tourisme
<b>OT</b>	Les offices de tourisme
<b>PAT</b>	plans d'aménagement touristique
<b>PIB</b>	Le produit intérieur brut
<b>PME</b>	Petite ou moyenne entreprise
<b>PNR</b>	un prêt non rémunéré
<b>PQT</b>	Plan qualité tourisme
<b>SDAT</b>	Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique
<b>SDATW</b>	Schémas Directeurs de l'Aménagement Touristique de Wilayas
<b>SGP GESTOUR</b>	La société de gestion des participations de l'état tourisme et hôtellerie
<b>SNAT</b>	Schéma National d'Aménagement du Territoire
<b>TAP</b>	la taxe sur l'activité professionnelle.
<b>TIC</b>	Technologies de l'Information et de la Communication
<b>TO</b>	Les tours opérateurs
<b>T_O</b>	wilaya de Tizi Ouzou
<b>TVA</b>	Taxe sur la valeur ajoutée

**ZET** zones d'expansion touristique

## ***Introduction générale***

---

Le tourisme est une activité économique majeure à l'échelle mondiale, tant pour les pays développés que dans les pays en développement. Le tourisme est d'ailleurs un facteur essentiel de leur développement, L'organisation mondiale du Tourisme (O.M.T) en 2000 a défini le tourisme comme « l'ensemble des 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 »<sup>1</sup>.

De ce fait le tourisme est devenu une activité économique de première importance, il a acquis cette honorable place au niveau mondial, car il est considéré par beaucoup de pays comme un moyen de diversification économique, particulièrement des régions rurales, une solution aux problèmes de chômage et un outil de mise en valeur du patrimoine naturel et culturel local.

Il est un secteur stimulateur de l'économie à tous les niveaux, tout à la fois créateur d'emplois, pourvoyeur de devises, distributeur de richesses, promoteur de produits locaux. Il a également, un rôle à jouer dans les grands équilibres macroéconomiques (emploi, investissement, balance des paiements), ces caractéristiques font de lui une activité qui séduit tout le monde, même les pays qui sont restés longtemps hostiles à l'accueil des étrangers, affichent désormais une grande ouverture à l'égard du tourisme.

L'Algérie, avec sa position géographique idéale, la variété de ses paysages, la diversité et l'originalité de ses sites incomparables, font d'elle non seulement une destination touristique prisée, mais également une terre où l'art et l'histoire transparaissent indéfiniment.

Possédant incontestablement d'importantes potentialités et richesses touristiques, du Nord au Sud, de l'Est à l'Ouest, elle offre l'image d'un grand pays touristique permettant le développement de différentes formes du tourisme.

En effet, malgré que l'Algérie possède un potentiel touristique énorme en ressources, les pouvoirs publics ont toujours relégué le tourisme au second plan de l'activité économique, en accordant la part du lion à l'industrie et la dépendance vis-à-vis des hydrocarbures (la rente pétrolière) qui présente le moteur de l'économie nationale avec 98% des exportations. Donc Le

---

<sup>1</sup> [www.world.tourisme.org](http://www.world.tourisme.org) (consulté 25/06/2019).

## ***Introduction générale***

---

tourisme est resté le parent pauvre de l'économie algérienne et malheureusement ce secteur n'a pas été suffisamment exploité malgré sa durabilité.

De nos jours, le tourisme n'est plus un choix pour l'Algérie, mais une réelle opportunité, elle est obligée de donner une dimension au tourisme à la mesure de ses atouts en étant attentive aux expériences des pays voisins, est c'est ce qui se traduit dans la nouvelle politique d'aménagement touristique « SDAT 2030 ».<sup>2</sup>

De son côté, la Kabylie dispose de caractéristique géographiques favorable aux différentes formes du tourisme. La diversité des sources naturelle (montagneuses, forestières et balnéaires) étant en soi un élément susceptible de faire du tourisme, une véritable manne financière pour cette région. Cette réserve naturelle, culturelle et historique représente aujourd'hui une merveilleuse richesse touristique qui peut répondre à toute motivation que suscite l'activité touristique.

En effet, la wilaya de Tizi-Ouzou est considérée comme l'une des wilayas de l'Algérie les plus riches en terme de potentialité touristique, de la part de sa situation géographique, ses reliefs montagneux, son littorale, auxquelles il faut ajouter sa culture et ses traditions, ainsi que l'originalité de ses villages. Ces potentialités représentent un véritable atout pour la région où toute forme de tourisme pourra se développer en cas d'une valorisation rationnelle et efficace. Mais les différents acteurs de la région n'arrivent pas vraiment à tirer parti de celui-ci pour susciter un développement touristique avantageux pour la région.

Alors pour remédier à ça, faire en sorte que le tourisme se développe dans cette région et dépasser les difficultés liées au financement et le faible soutien des charges fiscal et manque d'accompagnement et de suivi. Les pouvoirs publics ont mis des politiques et des dispositifs d'aide à la création d'entreprises touristique comme l'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeunes (ANSEJ). Ce dernier est une institution publique s'adressant à une population jeune, elle est chargé de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création de micros entreprises. Pour ceux qui se lancent dans la création d'entreprises dans les secteurs prioritaires de l'économie nationale comme le secteur touristique, le dispositif ANSEJ offre les possibilités

---

<sup>2</sup> - Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2030).

## ***Introduction générale***

---

aux jeunes promoteurs de bénéficier des aides financières et avantages fiscaux durant toutes les étapes d'accompagnement.

Désormais la priorité sera donnée à l'accompagnement des jeunes diplômés, en particulier ceux de l'enseignement supérieur, et de la formation professionnelle.

Ce dispositif, a connu maintes réformes et réaménagements depuis sa création, en vue de s'adapter aux exigences des porteurs de projets en terme d'accompagnement, ainsi offrir une meilleure prestation qui permettra de mobiliser le potentiel des créateurs au service de la croissance économique du pays. Entre autre, pour bien mener ses missions, il agit en relation avec les différents partenaires intervenant dans la création d'entreprises, ces relations sont étalées même aux partenaires exerçant dans la formation des jeunes, en l'occurrence l'université et la formation professionnelle.

Dans cette vision, ce dispositif demeure ouvert à tout partenariat contribuant à ses missions dévouées.

Cette évolution a permis au dispositif ANSEJ de mettre en œuvre de nouvelles stratégies qui s'inscrivent dans la logique de l'entrepreneuriat telle qu'elle est dictée par la conjoncture de l'heure. Les nouvelles orientations économiques à savoir la diversification de l'économie et la volonté des pouvoirs publics de se libérer de la dépendance pétrolière. Sont autant de facteurs favorables pour la création d'entreprises dans le secteur touristique, c'est ce qui a fait que les jeunes peuvent accéder via le dispositif ANSEJ à la création des petites et moyennes entreprises, dans le secteur du tourisme et des loisirs.<sup>3</sup> Comme par exemple des agences de voyages qui sont un distributeur ou entreprise qui commercialise des prestations de services et de produits de voyages, des séjours, de croisières et de loisirs. Les agences de voyage et du tourisme jouent le rôle d'intermédiaire ou d'agrégateur de services entre les clients et différents prestataires sur le marché du tourisme, compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, compagnies d'assurances, à la différence du voyageur, l'agence ne fait que revendre les produits des prestataires<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> <https://www.algerie-eco.com/author/arezki/> (consulter le (02/07/2019)).

<sup>4</sup> Samira Djaidier la Directrice Générale de l'Agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes (Ansej). Publié dans Le Temps d'Algérie le 04 - 07 - 2018

# ***Introduction générale***

---

A partir de ce constat il nous a apparu intéressant d'étudier l'impact de soutien de L'ANSEJ a la création de l'activité dans le secteur touristique à travers le cas de la région de Tizi Ouzou.

L'objectif essentiel de notre recherche est de connaître les démarches à suivre pour la création d'une micro-entreprise dans le cadre de l'ANSEJ, voir l'impact de ce dispositif sur les activités de service et les activités touristiques et comparé cette dernière financée par ce dispositif avec celles qui sont financés autrement dans la wilaya du Tizi-Ouzou. Pour cela, il est important d'apporter quelques réponses à la problématique suivante :

## **La problématique**

**Quel est l'impact du dispositif de soutien ANSEJ à la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou, et plus particulièrement en relation avec l'activité des Agence de voyage et du tourisme ?**

De cette problématique découlent les sous questions suivantes :

- Quelle est la différence entre les activités touristiques (Agence de voyages) et les activités de service (Agence de communication et Agence de publicité) financés par l'ANSEJ au niveau de la wilaya du Tizi-Ouzou en matière d'investissement et de la création d'emplois.
- Quels avantages et inconvénients pour les Agences de voyages et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ à celles financés autrement ?

## **Les hypothèses**

A partir de notre problématique de recherche et les questions qui découlent, nous tenterons de vérifier les hypothèses suivantes :

- 1.** Il existe une différence entre les activités touristiques (Agence de voyages) et les activités de service (Agence de communication et Agence de publicité) financés par L'ANSEJ au niveau de la wilaya du Tizi-Ouzou en matière d'investissement et de la création d'emplois.

## ***Introduction générale***

---

2. Le dispositif ANSEJ joue un rôle dans la création des agences de voyage et du tourisme au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour atteindre notre objectif, le travail nous a nécessités :

- Une recherche bibliographique et une étude documentaire, visant à recueillir les informations relatives au sujet, en plus des recherches sur les sites internet
- Des entretiens auprès des responsables de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou et une collecte des statistiques auprès de la direction de L'ANSEJ
- Enfin une enquête de terrain qui a été faite par le biais d'un questionnaire auprès des gérants des Agence de voyage et du tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou pour mieux d'écrire la réalité de terrain.

Il y'a lieu de signaler les difficultés auxquelles nous avons été confrontés tel que le manque et parfois l'absence d'informations fiables qui refléteraient la réalité du terrain, le manque de documentation sur le tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.

### **Plan de travail :**

Pour mener à bien notre travail et répondre à nos objectifs de recherche, il nous a semblé judicieux de structurer notre mémoire en trois chapitres, chaque chapitre combine trois section dans l'ordre suivant :

Le premier chapitre est consacré **au tourisme en Algérie : état des lieux** à travers trois sections, la première fondée sur les politiques de développement du secteur du tourisme en Algérie Depuis l'indépendance. La deuxième aborde les acteurs et les entreprises touristiques dans un territoire. En dernier la troisième section on la consacrée pour l'étude du rôle socioéconomique du tourisme en Algérie.

Quant au deuxième chapitre qui porté sur **le secteur touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.** Dans sa première section, nous évoquerons les potentialités touristiques de la wilaya de Tizi Ouzou à travers ses potentialités naturelles et culturelles. La seconde on l'a consacrée pour l'activité touristique à la willaya de Tizi Ouzou tandis que la section trois se focalise sur les différents dispositifs de soutien à la création de l'activité.

## ***Introduction générale***

---

Le troisième chapitre traite **le dispositif ANSEJ et création de l'activité dans le secteur touristique**. Pour la première section de ce chapitre on a présenté le dispositif ANSEJ. Ensuite on l'a suivie des démarches de création d'entreprise touristique (Agence de voyage) dans le cadre du dispositif ANSEJ dans sa deuxième section, pour conclure ce chapitre nous avons procédé à l'analyse et interprétation des résultats de l'étude.

**Introduction**

Les ressources naturelles de l'Algérie dans les domaines énergétiques, forestiers, agricoles, maritimes et halieutiques, constituent des facteurs favorables à l'activité touristique.

A ces ressources naturelles s'ajoutent tous les éléments du patrimoine culturel et historique qui jalonnent depuis le néolithique, les différentes tranches du passé de l'Algérie un passé particulièrement riche en héritage préhistorique, phénicien, berbère, romain, vandale, byzantin et espagnol.

Dans ce chapitre on va donner un aperçu sur la place du tourisme en Algérie présenté sous trois sections dont la première est consacré aux différentes politiques entamées par le pouvoir publique depuis l'indépendance à nos jours en faveur du développement du tourisme, en second lieu, on présentera les acteurs de l'activité touristique dans un territoire, et dans la dernière section on va déterminer le rôle socioéconomique du tourisme en Algérie.

**Section01 : Les politiques de développement du secteur du tourisme en Algérie Depuis l'indépendance.**

La politique de développement du secteur touristique en Algérie est passée par quatre Phases : la première est l'élaboration et l'évolution de la politique touristique, la deuxième Phase 1980-1990 mise en œuvres des premières restructurations, la troisième phase 1990-2000 le tourisme dans une période de transition vers l'économie de marché, la quatrième Phase concerne le tourisme dans le cadre du SDAT.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Rapport du Conseil National Economique et Social, commission perspectives de développement économique et social : contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme,

## **1.1. La première phase : L'élaboration et l'évolution de la politique touristique.**

L'activité touristique n'a jamais été considérée comme un atout réel au développement économique de l'Algérie, c'est à partir de l'année 1966, que l'Etat élabore différents textes officiels (charte du tourisme 1966, charte nationale 1976) et plans de développement nationaux, dans lesquels s'intègre la politique du tourisme.

### **1.1.1. La charte du tourisme de 1966**

Pour aboutir à un véritable essor touristique qui serai à l'origine générateur de devises, créateur d'emplois et permettrait l'intégration de l'Algérie sur le marché international du tourisme, tout en assurant en parallèle le développement du tourisme interne pour une meilleure connaissance du pays, de ses richesses naturelles et socioculturelles, une charte du tourisme est élaborée en 1966, prévoyant des investissements pour une mise en place d'une infrastructure d'accueil de type balnéaire et saharien, destinée à la clientèle étrangères.

L'Etat a également donné place aux investissements privés, pour accroître au maximum les capacités productives nationales, seulement leur participation s'est montrée très faible à l'exception de la réalisation de deux projets à Annaba et Oran, de même les investissements de la part des étrangers ont été pratiquement nuls.

### **1.1.2. La charte nationale de 1976.**

La politique inscrite dans la charte nationale de 1976, accorda une nouvelle dimension au tourisme, en donnant la priorité au tourisme interne afin de répondre aux désirs des nationaux en matière de détente, tout en continuant à encourager le tourisme international qui constitue d'une part un moyen de communication avec les autres peuples à travers le monde et d'autres part un facteur de dynamisation de l'économie nationale.

Ainsi, de nombreux projets de construction d'hôtels, de villages de vacances, de complexes touristiques à travers le territoire national ont été inscrits dans les plans de développement à moyen et long terme.

**1.1.3. Les plans de développements nationaux.**

Les plans de développement nationaux sont : le plan triennal (1967-1969), le premier plan quadriennal (1970-1973), le deuxième plan quadriennal (1974-1977), ils ont pris en considération le développement du secteur du tourisme.

**1.1.3.1. Le plan triennal (1967-1969)**

Ce plan avait comme but de développer les infrastructures d'accueil à travers tout le territoire national, un investissement de 285 millions de dinars été programmé pour réaliser une capacité de 13.081 lits destinés au tourisme balnéaire et saharien

Au terme de ce plan, les opérations prévues pour le type balnéaire ont eu la priorité dans la réalisation, avec un taux de 35,5% soit 2406 lits achevés sur un total de 6766 lits programmés, et ce en raison de la situation favorable des plages algériennes.

A la fin de cette période on note un déficit de 10.135 lits soit 77,5%. L'écart entre les prévisions et la réalisation des opérations est due essentiellement aux : déficiences des capacités de réalisation et à une administration non responsable et mal gérer<sup>2</sup>.

**Tableau 01 : Les lits programmés en fonction des types de stations.**

<b>Opération prévues (67-69)</b>	<b>Nombre de lits programmés</b>	<b>Pourcentage (%) réalisé en 1969</b>
<b>Station balnéaire</b>	6766	51.7
<b>Station urbaine</b>	1650	12.6
<b>Station saharienne</b>	1818	13.9
<b>Station thermal</b>	2847	21.8
<b>Total</b>	13081	100

**Source : ministère du tourisme**

<sup>2</sup> Rapport du CNES, Op. Cite. PP 28, 30

**1.1.3.2. Le premier plan quadriennal (1970-1973).**

L'objectif exprimé dans ce plan été d'augmenter les capacités en matière d'hébergement pour atteindre les 35000 lits au cours de la période 1970-1973, et ce dans le but de :

- Répondre aux exigences d'un tourisme interne et international.
- Compléter et achever le programme antérieur avec un budget de 700 millions de Dinars, en plus du budget de 120 millions de Dinars prévus pour un programme thermal de 08 stations<sup>3</sup>.

A la fin de ce plan, seulement 9000 lits ont été réalisés ce qui donne un déficit de 26.000 lits qui restent non réalisés.

**1.1.3.3. Le deuxième plan quadriennal (1974-1977)**

Au cours de cette période, l'Algérie a poursuivi les aménagements touristiques non réalisés durant la période antérieure, elle a engagé la réalisation d'équipements supplémentaires pour un programme nouveau de 25.000 lits, dans le but d'atteindre une capacité de 60.000 lits avant l'année 1980.

On assiste donc à une révision à la baisse des objectifs formulés dans le plan précédent, l'enveloppe budgétaire allouée au secteur touristique était de 1230 millions de Dinars<sup>4</sup>.

Au cours de cette période il s'agissait également d'organiser et d'encourager les initiatives privées, en termes de réalisation physique, 41% des objectifs ont été atteints, soit une relative amélioration par rapport aux taux de réalisation enregistrés au cours du plan triennal (1967-1969), et du premier plan quadriennal (1974-1977), qui été respectivement de 20% et de 33%, mais qui restent faibles au regard du niveau des objectifs.

---

<sup>3</sup> Premier plan quadriennal (1970-1973) « rapport général ».

<sup>4</sup> Deuxième plan quadriennal (1974-1977) « rapport général ».

## **1.2. La deuxième phase : mise en œuvre des premières restructurations période (1980-1990).**

Parallèlement au lancement du premier plan quinquennal, et lors de la 3ème session du comité central du Front de la Libération Nationale (F.L.N) en février 1980, le bilan sur le tourisme a montré la faiblesse du secteur touristique.

Des nouveaux objectifs, et une nouvelle stratégie de développement touristique ont été définis, reposant sur les recommandations suivantes :

- L'achèvement des programmes en cours mentionnés dans les précédents plans.
- Le recensement et la protection des potentialités touristiques nationales pour pouvoir établir une carte des implantations touristiques en Algérie.
- L'établissement d'un schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT).
- Le renforcement des capacités d'études, et de réalisations.
- La décentralisation des investissements touristique.
- La promotion de l'artisanat.
- L'encouragement de la politique nationale d'animation et de loisirs.
- L'encouragement de l'épargne national privée.
- Le développement et la promotion du tourisme international.
- La revalorisation de la profession hôtelière et touristique.

Elle se caractérise par plusieurs plans de développement.

### **1.2.1. Le Premier plan quinquennal 1980-1984**

Regroupe les principales actions qui porté sur :

- La programmation de l'hôtellerie urbaine.
- L'expansion de l'hôtellerie saharienne.
- L'extension des stations thermales et l'aménagement des ZET servant de modèles d'actions futures pour les autres opérateurs (collectivités locales, secteur privé).

En matière d'investissement, un budget de 3.400 millions de Dinars était proposé pour couvrir les dépenses du reste à réaliser et celles des nouvelles actions de ce plan. A la fin de la période, aucun projet n'a été concrétisé vu la crise économique aiguë de 1980<sup>5</sup>.

---

<sup>5</sup> Projet du rapport : contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, CNES, 2000 P 34.

### **1.2.2. Le deuxième plan quinquennal 1985-1989.**

Dans ce plan, l'attention principale a été accordée au tourisme interne avec mise en œuvre d'un programme particulier pour l'accueil des touristes étrangers.

L'objectif de ce plan était d'assurer : La poursuite de la politique d'aménagement touristique, le développement du thermalisme et du climatique, la décentralisation des investissements et la diversification des opérateurs tels que collectivités locales, le secteur privé et d'autres organismes, publics et la maîtrise de la demande différenciée.

Cette période s'est distinguée par la mise en œuvre des premières réformes, à travers la restructuration des entreprises et leur décentralisation.

La restructuration de l'ONAT a permis la création de plusieurs organismes régionaux.

A la fin de la période 1989 la capacité d'accueil a atteint 48.302 lits, cette capacité d'accueil reste insuffisante par rapport aux objectifs tracés, et au regard des pays du Maghreb (la Tunisie avec 69.580 lits et le Maroc avec 58.044 lits).

Le flux touristique international reste relativement stable par rapport à la période précédente, fluctuant entre 250.000 et 400.000 arrivées et avec une moyenne annuelle de 324.000 touristes.<sup>6</sup>

### **1.3. La troisième phase : La période de transition (1990-2000).**

Les nécessités économiques et sociales imposent un développement du secteur du tourisme qui ne saurait se faire sans une véritable définition de la place de ce secteur dans la politique globale de développement.

Les potentialités touristiques de l'Algérie, l'exemple de la contribution du tourisme au développement dans les pays riverains de la méditerranée, l'ouverture du pays sur l'économie du marché, sont autant d'éléments qui traduisent la nécessité de définir une politique touristique en concertation avec l'ensemble des secteurs.

Cette définition contribuera à intégrer la préoccupation du tourisme avec des domaines très divers comme : l'artisanat, l'agriculture, l'éducation, la culture, la santé, l'environnement et le développement régional, qui constituent l'essence même du tourisme et sans lesquels la promotion de ce dernier ne pourrait se faire. Le programme du gouvernement de janvier 2000,

---

<sup>6</sup> Deuxième plan quinquennal (1985-1989) « rapport général ».

dans la 3<sup>ème</sup> partie consacrée à la réorganisation et la relance de l'économie, rappelle la touristique à travers :

- L'aménagement des zones d'expansion touristique comme moyen d'encourager l'investissement.
- La mise en place des mesures incitatives pour la rénovation du parc hôtelier actuel et pour, la mobilisation de l'investissement national et étranger dans ce domaine.
- La promotion du produit touristique comme source de revenu national additionnel qui en outre est à même de contribuer à la promotion de l'image du pays à l'extérieur.
- L'encouragement de l'artisanat traditionnel et de sa préservation comme partie du patrimoine et de la culture de notre pays.

Dans le projet de programme du nouveau gouvernement (Septembre 2000), l'élément nouveau est que le développement du tourisme est vu sous l'angle sectoriel et non plus sous l'angle du développement du secteur privé. Ainsi l'émergence d'une véritable industrie touristique s'inscrit dans le cadre d'une « politique du tourisme », basée sur des « instruments institutionnels, organisationnels et de financement approprié.

La loi de finance 2000, dans la répartition des crédits effectuée dans le cadre du budget de fonctionnement, consacre 455,8 millions de Dinars au ministère du tourisme et de l'artisanat.

La volonté affichée de promouvoir le tourisme s'accompagne paradoxalement d'une baisse relative des crédits alloués au secteur, l'état consacre donc très peu pour une activité jugée importante aujourd'hui, en termes notamment d'apport en devise, de création d'emploi et d'aménagement du territoire.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Les politiques de développement du secteur du tourisme sont tirées du rapport du conseil national économique et social, commission perspectives de développement économique et social : contribution pour la redéfinition de la politique nationale du tourisme, novembre 2000.

#### **1.4. La quatrième phase : Le tourisme dans le cadre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2030).**

L'intérêt de l'Etat de développer le secteur du tourisme n'a cessé d'augmenter et d'émerger, cet intérêt s'est traduit par la mise en place d'un Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) à l'horizon 2030.

Constitue de ce fait une partie intégrante du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT 2030), il est ainsi l'acte par lequel l'État affiche pour tous les acteurs, pour tous les secteurs, pour toutes les régions et collectivités territoriales son projet territorial à l'horizon 2030. Il s'inscrit dans le cadre des nouvelles orientations stratégiques du pays que le gouvernement a mis en place pour une économie diversifiée.

Dans cette optique, le programme de son excellence Monsieur le Président de la République décliné en plan d'action du Gouvernement, a consacré pour le tourisme la poursuite de la dynamique visant la réalisation d'une véritable industrie touristique. Etant donné que la politique nationale du tourisme est davantage intégrée et articulée avec la politique nationale d'aménagement du territoire. Cette intégration - articulation du tourisme avec l'aménagement du territoire bénéficie d'un ancrage non négligeable, car elle a été amorcée lors de l'élaboration concomitante du SNAT et du SDAT.

En effet, ce plan d'action stipule la conduite de mesures et d'actions visant :

- Le renforcement de la capacité d'accueil.
- L'aménagement touristique pour l'amélioration de l'offre foncière.
- La promotion de la destination Algérie.

C'est dans cette perspective, qu'a été élaboré le projet du programme de développement sectoriel 2015-2019, qui s'inscrit dans la dynamique du Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT 2030).

A ce titre, de nombreuses actions ont déjà été amorcées, notamment en matière d'adaptation des textes réglementaires régissant le secteur, de réorganisation du portefeuille de la SGP GESTOUR, de réouverture de circuits touristiques sécurisés et du soutien à la compétitivité du secteur à travers les incitations fiscales et foncières.

Par ailleurs, l'activité du secteur durant les dernières années fait apparaître en termes de résultats une progression appréciable qui apparaît à travers :

- La nette progression des arrivées internationales des touristes passant de près de 1,8 millions en 2008 à 2,7 en 2014.
- L'agrément par le ministère depuis 2008, de 990 projets d'une capacité de 123.484 lits.
- Le lancement en réalisation de 450 projets d'une capacité de 61.980 nouveaux lits générant la création de plus de 27.000 emplois.
- La nette évolution de la population active du tourisme dans la branche d'activité « Hôtels, Cafés et Restaurants », passant de 320.000 en 2008 à près de 500.000 à fin 2013.

#### **1.4.1. Zones d'Expansion Touristiques (ZET) classées par décrets exécutifs.**

Le secteur du tourisme et de l'Artisanat dispose d'un portefeuille foncier constitué de 225 zones d'expansion et sites touristiques (ZET) pour une superficie globale de 56. 472,06 Ha, répartis à travers 34 wilayas.

- 174 ZET ont été classées par décret n° 88-232 du 05 novembre 1988, Dont 02 ont été déclassées par décret n° 04-398 du 08 décembre 2004.
- 02 ZET ont été classées par décret exécutif n° 09-226 du 29 juin 2009.
- 31 ZET ont été classées par décret exécutif n° 10-130 du 29 avril 2010.
- 20 ZET ont été classées par décret exécutif n° 16-308 du 28 Novembre 2016.

Sur les 225 ZET :

- 166 ZET à vocation Balnéaire (14 wilayas côtières).
- 36 ZET à vocation thermale et climatique (12 wilayas des hauts plateaux).
- 23 ZET Sahariennes (08 wilayas du Sud).

##### **1.4.1.1. Etudes de nouvelles Zones d'Expansion Touristiques (ZET) proposées au classement.**

153 études de classement de nouvelles ZET sont en cours, à ce jour :

- 24 nouvelles ZET, sont finalisées,
- 42 nouvelles ZET en cours de finalisation.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> [http:// www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz) (consulté le 18/06/2019)

**1.4.2. Les axes stratégiques.**

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

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

**1.4.3. Les objectifs.**

L'objectif principal vise à élever le tourisme au rang de véritable industrie générant des postes d'emploi et des richesses nationales notamment par le développement de l'investissement ainsi d'autres objectifs visant :

**- Le renforcement des instruments d'aménagement touristiques :**

La Finalisation des 26 Schémas Directeurs de l'Aménagement Touristique de Wilayas (SDATW) restants sur les 48 lancés, ainsi l'approbation de 185 plans d'aménagement touristique (PAT) des zones d'expansion touristiques (ZET).

**- Le renforcement de l'appui à l'investissement touristique (mise à disposition du foncier touristique) :**

L'aménagement, la viabilisation des Zones d'expansion touristiques (ZET) et la récupération du foncier touristique à travers l'indemnisation des propriétés privées, mais aussi l'aménagement et l'équipement de plages.

**- La diversification des types d'hébergement touristiques :**

L'expansion de l'offre du territoire en matière d'hébergement à travers :

- L'aménagement des terrains de camping.
- L'aménagement des gîtes thermaux.
- L'aménagement des gîtes ruraux.

**- La poursuite de l'action de promotion de l'image de la Destination Algérie :**

Il sera notamment question du renforcement des moyens de l'Office National du Tourisme (ONT) et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication institutionnelle en direction des nationaux résidents et non-résidents, basé sur l'utilisation des Technologies de l'information et de la Communication (TIC). Il y a lieu également d'améliorer l'image et l'attractivité de la destination Algérie auprès des marchés émergents et ceux déjà émetteurs.

**1.4.4. Les mécanismes de mise en œuvre.**

Parmi les mécanismes de mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2030) on trouve :

**- Le développement de l'investissement touristique.**

La mise à disposition du foncier touristique s'est traduit par l'allègement des procédures relatives à l'élaboration et approbation des instruments d'urbanisme , (plan d'aménagement touristique (PAT), ainsi que le lancement des opérations d'aménagement et de viabilisation des zones d'expansion touristiques (ZET), les sources thermales ainsi que les plages et sites touristiques, La facilitation de l'accès au foncier touristique à travers l'octroi de concession par la formule de gré à gré par les Walis, avec la possibilité de concéder toute la ZET à un seul investisseur, la mise en place des avantages fonciers, financiers et fiscaux pour l'encouragement à l'investissement, l'accompagnement de l'investisseur dans l'acte d'investir, par l'allègement

de la procédure, par la présentation d'un seul document fourni par le demandeur, la réduction du délai d'instruction de la demande et le traitement électronique de la demande d'investissement.

**- La modernisation du parc hôtelier public.**

L'accélération de l'opération de réhabilitation et de modernisation des unités hôtelières relevant du portefeuille de la Société de Gestion des Participations Tourisme et Hôtellerie (SGP GESTOUR).

**- Formation.**

Le renforcement des structures pédagogiques existantes, à travers la création de nouvelles structures pour l'augmentation de places pédagogiques en application des orientations définies par la carte de formation touristique.

**- Encadrement et régulation des activités touristiques.**

Le classement du parc hôtelier national en différents types et catégories et l'accélération du traitement des demandes d'ouvertures de nouvelles agences de tourisme et des voyages.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

## **Section 02 : Le rôle socioéconomique du tourisme en Algérie.**

Le tourisme est un secteur qui n'a pas seulement un rôle important dans la sphère économique pour la création de la richesse et l'amélioration de la qualité de vie, il contribue également à mettre les individus et les communautés humaines en contact et à croiser les cultures et les civilisations, il a donc un rôle important à jouer, celui de facilitateur de dialogue entre les cultures .

D'un point de vue économique, le tourisme est le secteur qui produit les revenus les Plus élevés, dans les plus brefs délais et avec les moindres investissements. Compte tenu de fait qu'il y a beaucoup de pays pauvres et de régions dans le monde qui ne possèdent pas suffisamment de ressources pour développer des économies industrielles, le tourisme devient une solution pertinente et rapide pour améliorer les conditions de vie et réduire la pauvreté.<sup>10</sup>

### **2.1. Le rôle économique.**

Le tourisme est devenu une activité d'évasion par excellence, il est devenu un levier pour le développement durable en contribuant au développement économique de par les revenus qu'il procure et par sa contribution importante au produit intérieur brut(PIB). Il est l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie mondiale.

L'Algérie a résolument et stratégiquement opté pour le développement du tourisme en tant que valeur économique sûre, elle est également convaincue que celui-ci, pour être compétitif dans l'espace méditerranéen, doit prendre pour fondements des valeurs écologiques et environnementales.

Cela se justifie aussi par une exigence touristique nouvelle, de plus en plus portée vers les destinations les plus "naturelles" possibles. Les décideurs et les Gestionnaires du tourisme sont aujourd'hui conscients que la protection du littoral, la Préservation d'une bonne qualité des

---

<sup>10</sup> Wafaa Nasser, « Développement Local, construction territorial et tourisme : le cas du Liban », Economies and finances, Université de Grenoble, (2011). French. P 17.

eaux et la disponibilité de surfaces littorales ayant maintenu leurs caractéristiques originelles, sont une garantie au développement durable et pérenne du tourisme<sup>11</sup>

### **2.1.1. Le rôle du tourisme sur la balance des paiements.**

Le tourisme occupe une place importante dans le commerce mondial, il présente pour le pays concerné, un vecteur d'insertion dans le monde. A l'instar des échanges de biens matériels, les échanges touristiques internationaux relèvent des politiques de commerce extérieur.

Le tourisme impact fortement la balance des paiements, car les services touristiques ont un poids dans les paiements internationaux, au même titre que les importations et les exportations, et ce, grâce au volume important de recettes en devises que génère l'activité touristique.

**Tableau 02 : l'évolution de la balance touristique (en million de dollars).**

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Recette	111	112	178.5	184.3	215.3	218.9	222	229.6	400	430
Dépenses	248	255	340.9	370	380.7	394.5	400	428.4	500	490

Source : office nationale du tourisme

### **2.1.2. La création des emplois dans le secteur touristique.**

La création d'emploi était toujours l'objectif primordial du développement du secteur touristique, l'étude du phénomène du tourisme en matière d'emploi permet d'envisager d'une part des aspects quantitatifs, c'est-à-dire répondre à la question : combien d'emplois créés par Les entreprises de tourisme ? et d'autre part, les aspects qualitatifs, c'est-à-dire les Caractéristiques de ces emplois (durée, qualification, situation géographique).

Le tourisme exige des compétences plus ou moins grandes et permet aux jeunes, aux femmes et aux travailleurs migrants d'accéder rapidement au marché du travail. Il représente 30 % des exportations mondiales de services.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Pierre.Py, Droit du tourisme, Editions Dalloz, Paris, 2002, P 02

<sup>12</sup> Convention de l'OIT sur l'égalité de rémunération, 1951 (n° 100).

**Tableau 03 : Evolution de l'emploi dans la branche hôtels, restaurants, cafés. (Unité : 102 emplois)**

<b>Année</b>	<b>2004</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
Emplois	1650	1930	2044	3200	3700	3960	4200

Source : office nationale des statistiques

### **2.1.3. Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB.**

L'évolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB en Algérie est présentée dans le tableau suivant :

**Tableau 04 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (%)**

<b>Années</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>PIB %</b>	1.7	1.02	1.7	2.05	2.3	2.3	2.4

Source : office national des statistiques

La part du secteur du tourisme dans l'effort national de création de richesse, mesurée par la valeur ajoutée est restée stables depuis plusieurs années. A partir de l'année 2008, il est enregistré une croissance importante avec une part du PIB de 2,05% et une stabilité pour les années 2010, 2011 avec 2,3% de contribution dans le PIB national hors hydrocarbures, sachant que ce taux chez nos voisins marocains et tunisien est en moyenne de 7% à 8% respectivement.

## **2.2. Le rôle social.**

Le tourisme est un secteur qui n'a pas seulement un rôle économique important mais il touche aussi à l'environnement et la société.

**2.2.1. Renaissance de l'artisanat et des cérémonies traditionnelles.**<sup>13</sup>

Le tourisme a été le principal catalyseur de la renaissance de l'artisanat, parfois de festivals menacés de disparaître. Nombreux sont les exemples où l'intérêt des touristes a été la principale motivation du regain et de l'essor de traditions presque oubliées.

**2.2.2. Le tourisme et l'exode rural.**

Le tourisme permet de combattre le dépeuplement des villages et favorise le maintien en vie des régions qui autrement se videraient. Le développement du tourisme notamment dans les zones rurales, favorise la création d'emplois (restaurateur, artisans, accompagnateurs et petits guides), qui permet ainsi de freiner l'exode rural.

**2.2.3. Le maintien des traditions :**

Le tourisme permet de valoriser les traditions d'une part et d'autre part il permet de conserver ces dernières, car tout compte fait les cultures et les traditions demeurent le cachet original et authentique, qui reste toujours d'actualité du fait du retour aux origines, à l'histoire des peuples<sup>14</sup>.

Les artisans qui travaillent dans des ateliers dépendent financièrement de leur activité. De ce fait, cette activité qui traduit généralement le passé et les habitudes de vie des populations, contribue sans nul doute à pérenniser les traditions populaires.

**2.2.4. Le tourisme et l'élimination de la pauvreté.**

L'organisation Mondiale du Tourisme a entamé des recherches et des consultations sur les rapports existant entre tourisme et pauvreté. Au cours des dernières années, les efforts à cet

---

<sup>13</sup> Jean Michel Hoerner, « géographie de l'industrie touristique », édition : Ellipse, 1997, P 16.

<sup>14</sup> Sadouni rouchdi et chebout salim, l'écotourisme une opportunité pour le tourisme algérien cas du parc d'el kala, wilaya de Taref PP 25, 27

égard se sont intensifiés car il s'est avéré que ce secteur possède un énorme potentiel pour contribuer à la lutte contre la pauvreté dans le monde<sup>15</sup>.

Il existe généralement trois types d'impacts que le tourisme peut Exercer sur les pauvres :

- Développer l'économie locale/rurale
- Développer les Moyens d'existence de la population.
- Assurer un revenu ;

### 2.3. Les impacts du tourisme

Afin d'avoir une vision plus claire sur les impacts du tourisme, nous avons choisis de les classer suivant leurs nature (positifs et négatifs), par rapport à leurs types (physiques et écologiques, socio démographique et économique).

**Tableau05 : impacts positives et négatives du tourisme.**

<b>Nature d'impacts</b>	<b>Impacts positives</b>	<b>Impacts négatives</b>
<b>Physique et écologique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création des possibilités d'entretien du patrimoine existant.</li> <li>- Création d'un environnement agréable.</li> <li>- Développer les structures d'accueil Sensibilisation de l'opinion publique a l'environnement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La surexploitation des ressources naturelle l'augmentation de la pollution.</li> <li>- La dégradation des sites historique.</li> <li>- L'augmentation de l'effet de serre a cause de l'augmentation des moyens de transports.</li> <li>- La dénaturation de paysage à cause de la construction touristique.</li> </ul>

<sup>15</sup> [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) (consulte le 20/06/2019)

<b>Socio démographique</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Favorise des attitudes plus dynamique et une sensation de bien-être des individus suite aux voyages et aux échanges faits avec la population locale.</li><li>- Les échanges culturels.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- La transformation des cultures locales et le changement des valeurs culturelles.</li><li>- Le choc des cultures.</li><li>- Détérioration de patrimoine culturel locale.</li></ul>
<b>Economique</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Moteur pour l'économie locale.</li><li>- Augmentation du revenu.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Augmentation des prix de l'immobilier par la spéculation</li><li>- Augmentation des prix de produit de consommation.</li></ul>

## **Section 03 : les acteurs et les entreprises touristiques dans un territoire.**

Le tourisme vit et se développe grâce à une multitude d'acteurs et d'entreprises, connues, ou non du grand public. En effet, ils ont pour but d'informer, d'aider, de conseiller et d'assister le touriste dans la préparation et dans le déroulement de son voyage et son séjour. Ces différentes activités démontrent bien le nombre important d'entreprises dans le secteur touristique, en dehors des touristes eux-mêmes, créateurs de l'activité et des lieux touristiques, de multiples acteurs sont apparus très tôt pour répondre aux besoins des touristes et organiser le marché touristique parmi eux :

### **3.1. Les tours opérateurs (TO).**

Les tours opérateurs également appelés voyagistes, sont des fabricants de produits touristiques finis et organisateurs des voyages.

François Vellas définit un tour opérateur comme « étant une entreprise commerciale spécialisée dans la fabrication de voyage à forfait »<sup>16</sup>. Ils achètent des prestations à prix net avec lesquels ils composent des voyages et des séjours à forfait qu'ils revendent eux-mêmes (directement), ou qu'ils font revendre par l'intermédiaire d'un réseau d'agence de voyages détaillants.

Selon Guiblato- Gerard « c'est un organisateur de voyages qui peut avoir le statut juridique d'une agence de voyages, d'une association ou à titre exceptionnel d'un transporteur dûment autorisé, la notion de tour opérateur repose essentiellement sur la notion économique de producteur de voyages à forfait »<sup>17</sup>

### **3.2. Les agences de voyages.**

Une agence de voyage est un distributeur ou entreprise qui commercialise des prestations de services et de produits de voyages, des séjours, de croisières et de loisirs. Elle joue le rôle d'intermédiaire ou d'agrégateur de services entre les clients et différents prestataires sur le

---

<sup>16</sup>François Vellas, « Economie et politique du tourisme international », Economica, (2002), P 94

<sup>17</sup> 8 Guiblato-Gerard, Economie touristique, édition Delta & SPES. (1983), P 91

marché du tourisme : compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, compagnies d'assurances. A la différence du voyageur, l'agence ne fait que revendre les produits des prestataires<sup>18</sup>.

Elle fait office d'intermédiaire entre le tour-opérateur et le touriste en vendant des circuits et des séjours percevant au passage une commission. De ce fait, il n'est donc pas rétribué par le client mais directement par les fournisseurs.

Les agences de voyages proposent des séjours soit à destination de l'étranger, soit dans le pays où elles sont implantées.

### **3.2.1. Les agences de voyage détaillants**

Les agences de voyages détaillants sont en contact direct avec le public. Ceux qui tiennent des boutiques installées dans les agglomérations mais aussi dans des lieux de concentration touristique importante comme aéroports, hôtels et à qui le voyageur s'adresse pour acheter une prestation ou simplement pour demander des renseignements.

### **3.2.2. Les spécialistes de congrès et de voyages de stimulation :**

Les spécialistes de congrès et de voyages de stimulation sont généralement en contact avec des entreprises, des comités d'entreprises, des multinationales.

### **3.3. Les offices du tourisme.**

Selon P. PY les offices du tourisme : « assurent les missions d'accueil et d'information des touristes ainsi que la promotion touristique de la commune en cohérence avec le comité départemental et le comité régional du tourisme ». <sup>19</sup>

Les offices du tourisme (OT) sont donc des structures chargées des services : d'information, d'accueil et de promotion touristique dans le but de faciliter le séjour touristique des visiteurs. Ce sont des structures généralement publiques qui ont pour mission de :

- Accueillir et informer les touristes.

---

<sup>18</sup> G. TOCQUER : « marketing du tourisme », 2<sup>ème</sup> édition de Gaetan Morin, Europe, (1999), P 153

<sup>19</sup> PY Pierre, Le tourisme, Un phénomène économique, La documentation française, Paris (2000), P. 100.

- Promouvoir le tourisme local et national.
- Elaborer et mettre en œuvre la politique locale du tourisme.
- Réaliser des études.
- Commercialiser des prestations touristiques.
- Organiser des animations et des fêtes culturelles.

### **3.4. L'organisation mondiale du tourisme (OMT).**

L'organisation mondiale du tourisme OMT, est une organisation intergouvernementale, liée aux nations unies et qui existe depuis 1970, dont le siège est basé à Madrid.

Elle réunit comme membres : des entreprises (publiques ou privées), des organisations, des ONG, des établissements d'enseignement ou des organismes dont les activités sont liées au tourisme. Elle comptait en 2013, 158 pays, 6 membres associés et plus de 500 Membres affiliés<sup>20</sup>

Etant donné l'importance des objectifs que poursuit l'organisation mondiale du tourisme et de la progression du nombre de membres affiliés qu'elle a pu associer à son action au fil du temps, il est de force de constater que L'OMT joue donc un rôle primordial dans le développement du tourisme à l'échelle nationale et internationale.

### **3.5. Les communautés locales.**

Les collectivités locales ont deux cibles privilégiées avec lesquelles elles entretiennent des échanges fournis en fonction de leurs compétences territoriales : les citoyens et les firmes.

Comme les citoyens préfèrent les représentants de ces collectivités par apport aux firmes. Les élus devraient donc concentrer toute leur attention sur les besoins des citoyens, mais comme l'atteinte de nombreux objectifs collectifs dépend du niveau de développement économique d'un territoire, les collectivités locales investissent également fortement dans leurs relations avec les firmes, elles fournissent ainsi des subventions aux habitants pour l'accès aux infrastructures culturelles, de divertissement et sportives d'une part, et des financements et aides aux firmes touristiques dans le cadre de leur mission de développement local d'autre part. Elles assurent en outre une régulation locale au sein de leur espace de compétence territoriale.

---

<sup>20</sup> Organisation Mondiale du Tourisme OMT, Institution spécialisée des Nations Unies, (2013) in <http://www2.unwto.org/fr/content/propos-de-l-omt>, (consulté le 18/06/2019).

### **3.6. L'Etat.**

L'Etat intervient pour soutenir les collectivités locales dans leur action de développement économique, en particulier dans le financement de projets renforçant l'attractivité d'un site (création de lieux d'attractivité, restauration de monuments, aide à l'implantation d'entreprise), ou la construction d'infrastructures.

Aussi, l'Etat est en relation avec l'ensemble des éléments du système, il met en œuvre la politique d'aménagement du territoire et de préservation de l'environnement.

### **3.7. Les touristes.**

Historiquement, le touriste est un jeune homme quittant la Grande Bretagne en 1816, pour un long voyage initiatique sur le continent, dans le cadre du « Grand Tour ». C'est une personne qui se déplace pour son plaisir hors de son lieu de vie habituel. Un touriste fréquente donc des lieux autres que les lieux de son quotidien, pour des pratiques de récréation, cette identité est temporaire et non exclusive.

Il est important de noter que le mot « touriste » a précédé le mot « tourisme ». <sup>21</sup>

### **3.8. Les prestataires de services.**

Les relations entre les prestataires de services sont cruciales car elles déterminent l'ensemble des prestations offertes aux clients, dans le cas d'un site touristique, le niveau de coopération entre les différents prestataires va déterminer son attractivité.

En effet, au-delà de la concurrence entre les firmes, leur compétitivité repose sur celle du site touristique sur lequel elles sont installées et de l'offre globale de services proposés, afin de répondre aux attentes des clients.

---

<sup>21</sup> La définition remonte à 1980, quand le conseil d'administration de l'OIT a créé le comité industriel de l'OIT pour le secteur HRT. Voir aussi le programme des activités sectorielles du BIT, bureau international du Travail, Genève, 2-6 avril (2001), P 5.

### **3.8.1. Le transport.**

L'histoire du tourisme et son extension spatiale sont marquées par les différentes étapes du développement des transports dans le monde, en effet, les progrès des moyens de transport et l'accroissement des réseaux de circulations jouent un rôle important dans l'élargissement de l'espace touristique et la diffusion du tourisme à travers le monde, il existe une forte corrélation entre le nombre de déplacement dans le monde et l'explosion du tourisme.

La réduction de la dualité espace-temps et la dualité distance-cout ont favorisé l'accès d'un nombre important d'individus au tourisme et à des lieux touristiques de plus en plus éloignés, par ailleurs ce sont ces activités qui connaissent les plus fortes poussées d'innovations technologiques confort, vitesse, sécurité et capacité d'accueil.

Les acteurs prestataires agissant dans les activités du transport sont divers et variés tant par leur importance économique que par leur champs d'intervention, ce type d'offre couvre la demande en termes de :

- Transport ferroviaire.
- Transport routier.
- Transport maritime.
- Transport aérien.

### **3.8.2. L'hébergement.**

L'augmentation de la capacité d'accueil d'un pays et la diversification des moyens d'hébergement est une des conditions de développement du tourisme, les structures de l'hébergement varient beaucoup d'un pays à l'autre selon l'ancienneté du tourisme, le niveau de développement et les traditions nationales.

Dans son ouvrage sur l'économie du tourisme international François Vellas propose plusieurs types de structure d'hébergements à savoir : L'hôtel, les résidences secondaires, les meublés, les chambres d'hôte, les gîtes et hébergements ruraux, l'hébergement social et enfin le camping caravaning<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> F. Vellas. Op, cité. PP 85.87

**3.8.2.1. L'hôtellerie.**

L'hôtel est un établissement commercial d'hébergement qui offre des chambres ou des appartements meublés en location soit à une clientèle de passage, soit à une clientèle qui effectue un séjour caractérisé par une location à la semaine ou au mois, mais qui sauf exception, n'y est pas de domicile<sup>23</sup>

L'hôtellerie est devenue une activité économique créatrice d'emplois directs et indirects, elle est source importante de devises.

D'habitude, la classification des hôtels compte certains aspects : le confort, la durée d'exploitation, la fonction et la taille.

**3.8.2.2. Les résidences secondaires.**

La résidence secondaire est une forme traditionnelle d'hébergement par laquelle le propriétaire dispose d'une habitation autre que la résidence principale, utilisée pour les loisirs, les week-ends ou les vacances (à des fins touristiques).

Les logements meublés loués pour des séjours touristiques sont également classés en résidence secondaire.

**3.8.2.3. Le time sharing.**

Les résidences secondaire en multipropriété sont appelées aussi propriétés spatio-temporelles ou à temps partagé.<sup>24</sup>

Il s'agit d'une formule de vacances tentante pour les particuliers dépourvus de moyens financiers suffisants pour se lancer dans une véritable acquisition immobilière, ils peuvent :

- Acheter le droit d'occuper pendant une période assez longue (vingt ans par exemple), un logement équipé et meublé comme résidence de vacances.

- Pour une ou plusieurs semaines chaque année : il est propriétaire pour une période de l'année

---

<sup>23</sup> LE TOURISME. <http://www.mlkmuggio.gov.it/sites/default/files/risorse-didattiche/le-tourisme.pdf>. (Consulté le 18/06/2019)

<sup>24</sup> F. Vellas, 2002, Op, cité. P 85.

Chaque période est vendue séparément. Ce mode d'hébergement se situe la plupart du temps soit dans un immeuble collectif, soit en station touristique, ce type d'acquisition a permis de rendre accessible l'achat de logement de vacances à un prix faible puisqu'il est divisé par le nombre de périodes.

#### **3.8.2.4. Les locations meublées.**

Une location est dite meublée lorsque le logement est garni d'un mobilier suffisant pour permettre au locataire d'entrer dans les lieux et d'y vivre normalement avec ses seuls effets personnels. Il s'agit de location de chambres, d'appartements, de chalets ou de villas pour une période inférieure à trois mois (courtes durées), avec ou sans des prestations secondaires (nettoyages et restauration).

La location de vacance ou la location saisonnière occupent une place considérable dans l'hébergement touristique.

#### **3.8.2.5. L'hébergement social.**

Cette forme d'hébergements est généralement constituée de :

- **Villages touristiques** : proposant des séjours de vacances et de loisirs sous forme de forfait, comprenant la restauration ou des moyens individuels pour la préparation des repas.
- **Auberges de jeunesse** : qui sont des établissements régis par une association à but non lucratif, particulièrement fréquentés par les jeunes voyageurs.

#### **3.8.2.6. Les chambres d'hôtes.**

La chambre d'hôtes, c'est le « bed and breakfast » à la française, ce sont des chambres meublées situées chez des particuliers pour accueillir des touristes pour une ou plusieurs nuits, le petit déjeuner est inclus dans le prix de la nuitée.

#### **3.8.2.7. Les campings caravaning.**

Les campings caravaning forment ce qu'on appelle aussi hôtellerie de plein air, ils sont destinés à l'accueil de tente, de camping-cars, ils sont constitués d'emplacements nus ou équipés d'installations d'équipements communs.

**3.8.3. La restauration.**

La restauration du tourisme est une entreprise commerciale de restauration, dont la clientèle est principalement touristique et qui peut être exploitée toute l'année en permanence ou seulement en période saisonnière, l'établissement est dit « restaurant saisonnier » lorsque l'ouverture n'excède pas une durée de neuf mois par an, fractionnée en une ou plusieurs périodes. Le service ainsi que le paiement sont effectués à table pour clientèle assise.<sup>25</sup>

**3.8.4. Conseils et assistantes en voyage.**

Les Conseils et assistantes en voyage consistent à avoir les informations nécessaires sur la destination choisie (devise locale, décalage horaire, langue parlée, culture, tradition) bref ce qu'il faut faire et ce qu'il faut éviter pendant le séjour.

Ces informations peuvent être prises auprès des tours opérateur, des agences de voyage, des bureaux du tourisme, des amis qui ont déjà visité la destination et notamment par internet avant le départ.

Sinon, elles sont fournies et assurées sur place par une ou plusieurs personnes qui communiquent avec le touriste dans sa langue ou une langue comprise des deux parties et qui concernent aussi son accueil.

**3.8.5. Le guidage.**

Les guides sont des personnes titulaires d'une carte professionnelle délivrée par l'office national du tourisme, ce guide est un maillon très important du produit touristique. C'est par rapport à sa prestation que le touriste apprécie le produit touristique offert, c'est à travers lui que passera la réussite ou l'échec de tout le processus.

**3.8.6. L'animation.**

Parmi les divers motifs du tourisme des individus on trouve le loisir, Il est alors évident que les touristes lors de leurs séjours cherchent toujours des services touristiques qui leurs permettent de se détendre, d'acquérir de nouvelles expériences, de découvrir et enfin de leurs apporter un certain bien-être psychologique.

---

<sup>25</sup> F. Vellas, 2002, Op, cité P 86

L'animation est alors un élément fondamental de l'offre touristique, elle comprend toutes les actions qui visent à répondre aux attentes des touristes. Il s'agit d'un ensemble d'activités permettant aux touristes de se détendre, de se divertir et de s'épanouir, J.J. Monnard propose plusieurs types d'animation <sup>26</sup> parmi elle :

- **L'animation « créativité »**, offre la possibilité d'activités manuelles, de savoir-faire et de créativité (dessin, peinture, poterie, photo).
- **L'animation « aventure »** s'adresse aux touristes en quête d'imprévu, d'inconnu, voire de difficultés et de danger, soit par le biais d'un retour vers la nature plus ou moins organisé (randonnées, expéditions).
- **L'animation « tranquillité »**, permet de compenser le stress de la vie quotidienne non par une distraction mouvementée mais par le repos, le calme, la réflexion.
- **L'animation « sociabilité »**, facilite la communication entre les touristes, par l'organisation de manifestations régulières, particulières (soirées dansantes) de jeux de société (Scrabble).

## **Conclusion**

L'Algérie, après avoir pris conscience du potentiel que pourrait représenter le tourisme pour son développement économique, en complément des ressources provenant des hydrocarbures, se lance dans une stratégie de développement de ses infrastructures avec la mise en place de cinq dynamiques fondatrices constituant la voie rapide et durable de la relance du tourisme, le développement de chacune des cinq dynamiques, agissant séparément et en synergie permettra de constituer les actions à mener :

---

<sup>26</sup> Jean Jacques Monnard, « Animation touristique », cours photocopié, centre international de Glion.

- D'une part au niveau de l'offre touristique et d'autre part au niveau de la promotion et du marketing touristique, pour que la destination Algérie soit compétitive sur le plan international.
  
- Par la définition et la mise en œuvre d'un plan qualité tourisme (**PQT**), pour une adaptation de l'offre touristique algérienne aux attentes des différents segments du marché touristique. Ce plan concerne les normes d'excellence en matière d'offre d'hébergement, de restauration, de loisirs, d'animations des agences de tourisme et de voyages, des offices locaux du tourisme.
  
- Par l'articulation de la chaîne touristique et du partenariat public-privé, en raison de la Transversalité du tourisme, et de l'interdépendance intersectorielle, à travers de stratégies de financement opérationnel, pour faire face à l'agrément de la concurrence internationale.

## **Introduction**

Ces dernières années, dans la wilaya de TIZI-OUZOU le tourisme essaye tant bien que mal d'occuper une place dans la vie socioéconomique, étant donné que cette dernière est connue pour sa convivialité, son hospitalité et par la profondeur de son histoire et son attachement aux cultures du monde.

On d'autre part il faut citer que l'investissement touristique est parfois accompagné par des institutions ayant pour objectifs de soutenir et d'encadrer l'activité touristique

Cependant dans ce chapitre on va voir en premier les potentialités touristiques de la wilaya de Tizi Ouzou, en second lieu l'investissement touristique dans la wilaya, et en dernier les différents dispositifs de soutien du tourisme de cette wilaya.

## **Section 01 : potentialités touristique de la wilaya de Tizi – Ouzou.**

La wilaya de TIZI OUZOU est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays<sup>1</sup>. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme culturel, balnéaire (région côtière) et climatique (région montagnarde) auquel il faut ajouter une richesse artisanale.

### **1.1. Présentation de la wilaya de TIZI-OUZOU.**

Tizi-Ouzou est située à 100 Km à l'Est de la capitale Alger et à 80 Km de l'aéroport Houari Boumediene, c'est une wilaya côtière avec une façade maritime d'environ 80 Km de long, soit 7 % de la côte Algérienne<sup>2</sup>. Elle occupe une superficie de 2.957,93 Km<sup>2</sup>, soit à peine 0.13% du territoire national, dont 80% en relief montagneux avec une altitude moyenne de 800 m.

Elle est située dans la région de la Kabylie en plein cœur du massif du Djurdjura. Elle est divisée administrativement en 67 communes et 21 daïras, elle contient le plus grand nombre de communes en Algérie<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT 2030)

<sup>2</sup> -<http://www.aniref.dz/monographies/ar/tiziouzou.pdf> (consulté le 05/09/2019)

<sup>3</sup> - <http://www.aniref.dz/monographies/ar/tiziouzou.pdf> (consulté le 05/09/2019)

La wilaya de TIZI- OUZOU se situe sur une zone de contact entre les masses d'air polaire et tropicale. Du mois d'octobre à avril, les masses d'air arctiques l'emportent généralement et déterminent une saison froide et humide, les autres mois de l'année les masses d'air tropicales remontent et créent chaleur et sécheresse.

Située au nord du vieux continent Africain, TIZI-OUZOU la capitale de la Kabylie de Djurdjura est l'une des plus attractives régions algériennes, la profondeur de son histoire converge avec celle de l'humanité, elle a connu depuis la nuit des temps une succession quasi ininterrompue de cultures et de civilisations à contexte universel de sa situation géographique et ses potentialités, économique touristique , culturelles et naturelles, TIZI-OUZOU est considérée comme l'une des plus estimée du pays .

Malgré son caractère montagneux et ses beaux reliefs accidents, TIZI-OUZOU est bien servie par un dense réseau hiérarchisé. Constitue de routes nationales qui la relie aux quatre coins du pays et qui lui assurent ainsi un volume d'échange conséquent.

## **1.2. Potentialités naturelles de la wilaya de Tizi Ouzou.**

La wilaya de TIZI-OUZOU dispose d'une nature généreuse et d'une ouverture végétale très importante qui peut participer au décollage touristique voir même économique.

### **1.2.1. Le littoral.**

Le littoral de la wilaya de TIZI-OUZOU présente des caractéristique différentes d'un lieu à un autre, on trouve des plages avec des vastes étendues sableuses et des falaises, et un arrière-paysage dominé par des terrains accidentés, boisés ou cultivés et parfois occupé par un tissu urbain, ainsi il comprend :

- Des plages, généralement formées aux embouchures des oueds.
- Des falaises avec deux types de morphogènes.

### **1.2.2. Montagne de Djurdjura.**

Appelée montagne de fer par les romains, le Djurdjura est un massif montagneux dont le point culminant est LALLA Khadîdja (2.308m).

L'imposante chaîne du Djurdjura représente un véritable gisement de pôles touristiques intégrant une infinie variété de produits touristiques en rapport avec la nature en générale et la montagne en particulier, cette chaîne et les différents sites qu'elle concentre en son sein sont très favorables au développement du tourisme de montagne. Ainsi, elle pourrait constituer à elle seule une destination touristique.<sup>4</sup>

### **1.2.3. Les forêts.**

La forêt est aussi omniprésente avec toutes ses variantes, forêt dense, sous-bois et maquis véritable tapis végétal luxuriant,<sup>5</sup> composé entre autres de différentes variétés de chênes, et de lentisques ainsi que des cèdres qui alternent avec une arboriculture de montagne jadis vivrière ou prédominant oliviers et figuiers. On citera les forêts de YAKOUREN, des Ath GHOBRI et de MIZRANA.

## **1.3. Potentialité culturelle de la wilaya de Tizi Ouzou.**

Du point de vue culturel, la wilaya de TIZI-OUZOU est très riche, cette richesse est liée à son histoire mouvementée remontant à la préhistoire.

### **1.3.1. Les manifestations culturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou.**

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

#### **- Les festivals de la wilaya de Tizi-Ouzou.**

Plusieurs festivals sont organisés dans la wilaya de Tizi Ouzou chaque année parmi eux :

---

<sup>4</sup> Mémoire de master Le tourisme comme facteur de développement durable : enjeux et perspectives Cas : wilaya de Tizi-Ouzou PP.50.51

<sup>5</sup> J. MORIZOT : « les kabyles, propos d'un témoin », Edition Le Harmattan, 2001, P 26.

**Tableau06 : Les festivals de la wilaya de TO.**

<b>Dénomination</b>	<b>localisation</b>	<b>Observation</b>
<b>Festival de la poterie</b>	MAATKA	<p>Le festival de la poterie se déroule chaque année, en mois de juin ou juillet, dans la région de MAATKA, près de BOGHNI au sud de Tizi-Ouzou.</p> <p>Le métier de la poterie dans cette région est essentiellement féminin.</p>
<b>Festival du tapis d'Ath Hichem</b>	ATH YAHIA, AIN EL HAMMAM	<p>Le festival du tapis a lieu dans la commune d'Ath Yahia à Ain El Hammam.</p> <p>C'est le tapis qui réunit chaque année la population et les artisans autour d'une fête qui célèbre les tissages berbères.</p> <p>Le tapis est exclusivement une affaire de femmes.</p>
<b>Festival de la robe kabyle</b>	ILLOULA OUMALOU, BOUZEGUNE	<p>Le festival de la robe kabyle a lieu dans le village IHEMZIENE situé à environ 60 km au sud-est de Tizi-Ouzou.</p> <p>Le festival tente de promouvoir le conteur de la robe kabyle et de sauvegarder ce patrimoine qui représente une partie de l'identité kabyle.</p>

<b>Festival du film Amazigh</b>	TIZI-OUZOU	Créé en 1999, le festival du film amazigh, s'est fixé pour objectif la promotion de la mise en valeur du cinéma amazigh et favorise les échanges interculturels.
<b>Festival de la poésie amazigh</b>	TIMIZART	
<b>Festival livre en fête</b>	TIZI-OUZOU	Cette manifestation culturelle est destinée à la promotion de la lecture publique, en suscitant l'intérêt des enfants pour l'acte de lire, par le biais de l'organisation d'une panoplie d'activités ludiques et récréatives, joignant l'utile à l'agréable.
<b>Festival arabo-africain de danse folklorique</b>	TIZI-OUZOU	Le festival culturel Arabo - africain de danse folklorique a lieu à TIZI-OUZOU.

Source : direction du tourisme Tizi Ouzou 2019

### 1.3.2. Le patrimoine historique de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Le patrimoine historique est constitué de tout ce qui apporte un témoignage sur l'histoire d'un lieu ou d'un peuple, chaque région possède un patrimoine historique propre à elle, concernant la wilaya de TIZI-OUZOU on trouve le patrimoine historique cité dans le tableau suivant :

**Tableau07 : Le patrimoine archéologique et historique de la wilaya de Tizi-Ouzou.**

<b>Bien culturel immobilier</b>	<b>Localisation</b>	<b>Mesure de protection</b>
Ruines romaines dites «HABS El Ksour	AZEFFOUN	Patrimoine national
Mausolée romaine de TAKSEBT	IFLISSEN	Patrimoine national

Ruines romaines de TIGZIRT TEMPLE ET BASILIQUE	TIGZIRT	Patrimoine national
Bordj Turc de Tizi-Ouzou	TIZI-OUZOU	Patrimoine national
Résidence des Ait Kaci	TIZI-OUZOU	Patrimoine national
Central hydraulique de BOGHNI	BOUGHNI	Patrimoine national
Maison de LALLA Fatma N'SOUMEUR	IFERHOUNANE	Patrimoine national
Village d'Ait EL KAID	AGOUNI GUEGHRANE «OUADHIAS»	Patrimoine national
La maison D'ABANE RAMDANE	AZOUZA «LARBAA NATH IRATHEN»	Patrimoine national
La maison de KERIM BEIKACEM	ATH-YAHIA- MOISSA	Patrimoine national
ZAOUIA Sidi Ali Moussa	MOUSSA «DRAAELMIZAN»	-
Les «Allées couvertes» de ATH-R'HOUNA	ATH-R'HOUNA «AZEFFOUN»	-
La fresque d'IFIGHA	AZAZGA	-

Source : direction du tourisme de Tizi Ouzou 2019

### 1.3.3. Le patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Le patrimoine culturel est constitué de toutes les œuvres artistiques, mais aussi de toutes les traditions issues de la culture populaire qui proviennent des siècles passés. Ce patrimoine est le produit des manifestations sociales.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture 2009.

**1.3.3.1. Le patrimoine culturel immatériel.**

Le patrimoine culturel immatériel est souvent désigné sous le vocable de patrimoine d'expression ou de patrimoine vivant, il est composé d'éléments et de phénomènes collectifs qui relèvent de la culture de chaque peuple, et se manifestent dans les pratiques et les traditions populaires, les connaissances et savoir-faire rattachés à la vie sociale comme mode de sociabilité.

**- Langue berbère.**

Pour ce qui est de la langue berbère, la majeure partie de la population de TIZI-OUZOU est Amazigh, cependant les expressions et les mots signifiant le même objet diffèrent souvent d'une région à une autre.

**- Les contes.**

Le conte est l'une des plus vieilles méthodes d'enseignement, les kabyles ont vu survivre leur culture aux invasions culturelles rien qu'en préservant la tradition du conte, c'est par ce dernier que la morale, l'éducation et toutes les valeurs ont été transmises d'une génération à une autre.

**- Le folklore.**

Le folklore local de la région de TIZI-OUZOU est représenté par un certain nombre d'éléments tels que (la musique, Le chant).

**1.3.3.2. Le patrimoine culturel matériel.**

La wilaya de TIZI-OUZOU, est réputée pour la diversité, l'originalité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers tel : la bijouterie, la poterie, la tapisserie, l'ébénisterie, le tissage, la vannerie, la broderie, la couture des robes traditionnelle.<sup>7</sup>

**- La bijouterie.**

La bijouterie en argent est une activité artisanale de l'homme et de la femme kabyle, les artisans qui ont une bonne maîtrise technique de la production sont surtout actifs dans la région

---

<sup>7</sup> Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture, 2009.

de Ath- yenni avec près de 50% des effectifs, répartis sur sept villages, (Taourirt Mimoun, Ath-Larbaa, Ath-Lahcène, Agouni-Ahmed, Thaourirt-El-Hadjadj, Tizirt, Thansaout).

Le bijou en argent est caractérisé par son ornementation en coraux et les couleurs symboliques de ses émaux, ainsi l'email vert symbolise l'eau et l'océan, l'émail jaune symbolise la lumière et le soleil et l'émail rouge symbolise le feu.

Les différents bijoux sont Tabzimt (fibule), Taasavth (le diadème), Ikhelkhalen (Les chevillères), Le ddah ou amechloukh, (bracelet) Les bagues, Le colier, Tigwedmatin (Les boucles d'oreille) .<sup>8</sup>

### **- Le travail du bois.**

Activité exclusivement masculine, la sculpture en bois est un art populaire exercé par les kabyles depuis longtemps, les coffres kabyles en sont témoins, massifs non dénués d'élégances, vu leur spécificité dans l'organisation architecturale de la façade, leur couleur et le choix de certains motifs sculptés qui lui sont presque exclusifs, leur a donné réputation qui dépasse nos frontières, engendrant un respect morale et mythique.

Aujourd'hui cet art est très développé, qui ajoute aux anciens motifs géométriques, les motifs du tissage et de la poterie.

L'artisanat produit des multitudes d'objets : table, bibliothèque, chaise. <sup>9</sup>

### **-La poterie.**

La poterie kabyle est caractérisée par ses motifs géométriques rectilignes à vocation décorative qui ont une signification symbolique, voire magique pour les femmes kabyles. C'est la fabrication d'objet en terre cuite, dont la matière première est l'argile, cet artisanat est connu depuis la nuit des temps en Kabylie région riche en argile, il y'a l'argile blanche et l'argile rouge.

On fabrique des ustensiles de cuisine et des objets de décoration surtout pour ornement des salons berbères, comme on trouve beaucoup d'objets dont friands les touristes comme jadis, la fabrication passe par les mêmes étapes : modelage, séchage, cuisson, puis la décoration de l'objet obtenu.

---

<sup>8</sup> M. Donsimoniet M. Kemmar : « Les bijoutiers d'Ath Yenni », édition Acha, PP 35- 36.

<sup>9</sup> « Artisanat et Tourisme en kabyle cas : la Poterie à matkas, la Tapisserie à Ath Hichem » ; Mémoire ; promotion 2008, P 25.

Ath-kheir, Maàtkas, Ouadhias, Tizi-Gheniff, Ath-Yalla, Ath-Aissi, Ath Mesbah et Boghni sont les localités où ce travail a connu une évolution et un essor remarquables.

**-Le tissage.**

Le tissage a toujours été une activité artisanale familiale occupée par la femme exclusivement. Répondant aux besoins domestiques, cette activité connaît néanmoins une régression et une dévaluation au niveau qualité dues au remplacement des colorants végétaux par la teinture chimique et la laine par la fibre synthétique, ce qui a contribué à dévaloriser et d'évaluer la qualité naturelle du tapis, si bien que les caractéristiques ancestrales et les motifs de décoration des tapis n'ont pas encore disparu, toutefois, ces activités sont répandues dans la région de Ath Hichem.

Les différents objets de tissage sont : Axial, Aadil, Aaban, les tapis et le burnous. <sup>10</sup>

**-La tamiserie, carderie, sellerie.**

La tamiserie, carderie, sellerie, sont des activités artisanales de type utilitaire propres à la région des Ouacifs, activité en régression constante due au recul de l'utilisation des bêtes de bat (âne et mulet).

**- La broderie et costumes kabyle.**

C'est une activité qui a participé à la sauvegarde de l'habit traditionnel, la broderie berbère est d'influence européenne, cette activité a été vulgarisée par les ouvriers des sœurs blanches et n'est pas spécifique à la région.

---

<sup>10</sup> Les traditions et les coutumes kabyles » ; Mémoire de fin d'étude ; Tizi-Ouzou, promotion 2002.

## **Section 02 : l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

TIZI-OUZOU est classée parmi les principales régions sur lesquelles repose la nouvelle stratégie de relance et de développement de l'industrie touristique en Algérie.

### **2.1. Les produits touristiques de la wilaya.**

La wilaya de TIZI-OUZOU présente des atouts avérés vu ses potentialités touristiques, archéologique, naturelles et culturelles ou toutes formes de tourisme est possible : balnéaire, climatique et tourisme vert.<sup>11</sup>

#### **2.1.1. Tourisme balnéaire.**

Le littoral constitue indéniablement la principale à l'égard de sa consistance à savoir 100km de cote surplombée par une chaîne de montagnes entièrement couvertes de forêts de végétation.

Connue aussi par ses fascinantes plages, TIZI-OUZOU est doté de deux superbes cotes qui font d'elle une région attractive.

Cette forme de tourisme est la plus développée à TIZI-OUZOU car en plus de tous ses attraits et ses curiosités naturelles historiques et culturelles elle jouit de très belles plages telles que celle D'AZZEFOUN, TIGZIRT et PETIT PARADIS.

#### **2.1.2. Tourisme climatique**

La wilaya de TIZI-OUZOU et par extension le DJUDJURA et la Kabylie ont toujours été synonyme de villégiature d'oxygénation et de repos, donnant par a la région une réputation de contrée où des séjours climatiques sont conseillés.

Cette vocation amplement méritée est due sans conteste aux stations climatiques de YAKOURENE et de TALA GUILF.

---

<sup>11</sup> Direction du tourisme et de l'artisanat Tizi Ouzou.

Ces deux sites, qui par le passé affichaient complet rien qu'avec des délégations sportives en quête d'oxygénation, doivent dans un premier temps regagner la confiance de leur clientèle et penser à un développement harmonieux intégrant la préservation du patrimoine forestier et du parc national du DJURDJURA.

### **2.1.3. Le tourisme vert.**

Au regard de ses potentialités naturelles et ses opportunités d'investissement, la wilaya de TIZI-OUZOU peut développer le tourisme vert qui servira de locomotive à son essor économique.

Les montagnes qui occupent 80% de la superficie de la wilaya disposent d'atouts naturels à même de remettre la région sur les rails de l'une de ses vocations : le tourisme vert.

De nombreux sites de la wilaya de Tizi Ouzou sont favorables à la pratique du tourisme de montagne dans toute sa diversité (sports d'hiver, randonnées pédestres, alpinisme et spéléologie).

Pour développer ce secteur d'activité, la direction locale du tourisme annonce un programme d'aménagement de quatre zones d'expansion et sites touristiques (Zest) de montagne à Azrou n'Thor, Thala Guilef, Yakouren et Tizi Oujaboub (Bounouh).

## **2.2. Les équipements touristiques de la willaya de Tizi Ouzou.**

Parmi les équipements touristiques présents dans la willaya de Tizi Ouzou on a<sup>12</sup> :

---

<sup>12</sup> Direction du tourisme et de l'artisanat de Tizi Ouzou 2019

**2.2.1. Les hôtels.**

On trouve dans le tableau suivant quelque établissement hôtelier de la wilaya de Tizi Ouzou :

**Tableau 08 : liste des établissements hôteliers dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

N°	Dénomination	Adresse	Vocation	Classification	N° d'effectifs	Capacité	
						Chambres	Lits
01	Hôtel NEVER LAND RANCH	BOUBHIR CNE SOUAMAA MAKLA TIZI OUZOU	Climatique	4*	12	31	65
02	MIZRANA	TIGZIRT TIZI-OUZOU	Balnéaire	3*	25	39	67
03	THINIRI	RN 30 BOGHNI TIZI-OUZOU	Climatique	3*	24	49	81
04	LES TROIS ROSES	RUE STITI ALI N°18 TIZI-OUZOU	Urbain	3*	31	31	35
05	LES DEUX PALMIERS	RN 25 BP 16 15100 DRAA BEN KHADDA TIZI-OUZOU	Urbain	3*	22	50	96
06	HOTEL RESTAURANT LES TROIS FRERES	RUE AHMED CHAFFAI TIGZIRT TIZI-OUZOU	Balnéaire	2*	13	24	46
07	RELAIS ROUTIER LE MISTRAL	RN12 BOUKHALFA ENTREE OUEST BP 272 POSTE CHIKH AMAR TIZI-OUZOU	Urbain	2*	23	41	55
08	LES ARCARDES	OUADHIAS TIZI-OUZOU	climatique	2*	10	40	62
09	Hôtel LE PONT DE BOUGIE	27 PONT DE BOUGIE TIZI-OUZOU	Urbain	2*	59	36	72
10	MOTEL SOLTANI	RN 72 ZAOUAI SIDI NAAMANE TIZI-OUZOU	Urbain	2*	23	28	38
11	RELAIS ROUTIER <EL MERS>	ROUTE NATIONAL N°68 TIZI-OUZOU	climatique	1*	08	15	30
12	SNC GUEDMIME ET CIE HOTEL RESTAURANT	11 RUE GHEZZAZ AMAR TGZIRT TIZIOUZOU	Balnéaire	1*	13	16	40

13	HOTEL RESTAURANT ITTOURAR	LOTS AMYOUND N°09 N.VILLE VILLE TIZI-OUZOU	Urbain	1*	23	48	70
14	HOTEL TOURISTIQUE DES FRERES HAMDAD	84, RUE OUBOUZAR CHERIF TIZI-OUZOU	Urbain	S.E	03	30	30
15	IZEM	01, BD KRIM BELKACEM TIZI-OUZOU	Urbain	S.E	03	17	28
16	DE LA GARE	ROUTE NOUVEAU LYCEE TIZI-OUZOU	Urbain	S.E	02	36	55
17	ABZIM	RUE AHMED ABAN RAMDAN TIZI-OUZOU	Urbain	S.E	08	19	30
18	LE NUMIDE	RUE AHMED CHAFFAI TIGZIRT TIZI-OUZOU	Balnéaire	S.E	09	25	47
19	MEUBLE DE TOURISME <DEUX FRERES>	AZEFOUNE TIZI-OUZOU	Balnéaire	C.U	03	09	18
20	L'ORIENTAL	19 RUE ABANE RAMDANE TIZI-OUZOU	Urbain	E.D.H	14	19	19
21	LE MARIN	AZEFFOUNE TIZI-OUZOU	Balnéaire	N.C	25	38	60
22	AZEFFOUNE BEACH	AZEFFOUNE TIZI-OUZOU	Balnéaire	N.C	15	19	28
23	LE DAUPHIN	ROUTE VERS CEM AZEFOUNE CENTRE TIZI-OUZOU	Balnéaire	N.C	06	13	23
24	MARIN BIS	AZEFFOUNE TIZI-OUZOU	Balnéaire	N.C	14	30	66
25	LE SOLITAIRE	RN 24 IFLISSEN TIZI OUZOU	Balnéaire	N.C	06	24	30
26	MOTEL <RELAIS VERT>	RN 30 OUED AISSI KAF LAHMAR TIZI OUZOU	Urbain	N.C	13	13	23
27	CHALET CLUB DAHBI	Route du CEM ADMANE AREZKI DIARA AZEFOUNE TIZI OUZOU	Balnéaire	N.C	10	20	80
28	SARL HOTEL NORD EST	BD.KRIM BELKACEM N.VILLE TIZI OUZOU	Urbain	N.C	08	75	160

Source : direction du tourisme et l'artisanat T.O 2019

- En compte aussi 14 établissements hôteliers fermés dans la wilaya de Tizi-Ouzou

(Hôtel AMRAOUA, LALA KHADIDJA, el ARZ, TAMGOUT .hôtel restaurant THALA).<sup>13</sup>

### 2.2.1.1. L'activité dans les établissements hôteliers dans la wilaya du Tizi Ouzou.

Nous allons sélectionner dans le tableau suivant les statistiques annuelles des établissements hôteliers dans la wilaya du Tizi Ouzou durant la période allant de 2015 jusqu'à 2018.

**Tableau 09 : les arrivées et les nuitées dans l'établissement hôtelier dans la wilaya de Tizi Ouzou :**

Année	arrivées		Nuitées	
	Algérienne	étrangère	Algérienne	Etrangère
2013	101726	3641	130486	11854
2014	95704	4352	125165	12397
2015	93616	3318	122033	10361
2016	98832	2637	117248	8122
2017	88700	2632	100770	7080
2018	105123	3342	120598	8851

Source : direction du tourisme et de l'artisanat T.O 2019

On constate d'après les données du tableau que le nombre des arrivées algériens aux établissements hôteliers du Tizi-Ouzou a connu une forte diminution à partir de 2013 jusqu'à 2017, après en 2018 il a subi un accroissement légèrement élevé, en examinant une augmentation du nombre arrivés étrangères entre l'année 2013 et 2014, à partir de cette année dernière jusqu'à 2018 a connu un léger fléchissement.

On constate aussi que les nuitées algériennes dans les établissements hôteliers à Tizi Ouzou a atteint une chute de 2013 jusqu'au 2018, et le nombre des nuitées étrangères est en progression de 2013 à 2014, à partir de 2014 on observe un léger fléchissement jusqu'à 2018.

<sup>13</sup> Direction du tourisme et de l'artisanat de Tizi Ouzou 2019

**2.2.1.2. Situation du parc hôtelier a la wilaya de Tizi-Ouzou**

Le parc hôtelier de la wilaya comprend 46 établissements d'une capacité totale de 1477 chambres et 3103 lits répartis comme suit :

- 32 établissements en activités d'une capacité d'accueil de 904 chambres et 1596 lits
- 14 établissements fermes d'une capacité 573 chambres et 1507 lits.

**Tableau 10 : Parc hôtelier en activité (2017, 2018,2019).**

<b>année</b>	<b>Nombre d'établissement</b>	<b>Capacité d'accueil</b>
<b>2017</b>	45	3041
<b>2018</b>	45	3055
<b>2019</b>	46	3103

On constate d'après le tableau que le nombre d'établissement a augmenté d'un seul établissement entre 2017-2019, avec une légère augmentation de la capacité d'accueil.

**2.2.2. Les agences de voyage.**

Parmi les agences de voyage et du tourisme présent sur le marché touristique de la wilaya de Tizi Ouzou on a :

**Tableau11 : agences du tourisme et de voyage (Tizi Ouzou).**

N°	Dénomination	Adresse	Effectifs	
			Permanents	Temporaires
01	ONAT (succursale)	03, Rue LARBI ben M'HIDI Tizi Ouzou	6	0
02	TVA (succursale)	Bd colonel mellah maison de l'artisanat Tizi Ouzou	6	0
03	ETK-VOYAGES	HOTEL LALLA KHEDIDJA RUE KHODJA KHALED TIZI ouzo	1	1
04	DJURDJURA TOURISME	Cite MOHAMED BOUDIAF (ex cite 2000 LOGTS) BT 37 local N° 02 nouvelle ville Tizi Ouzou)	2	0
05	IDHOURAR TOURS	ZHUN sud, quartier B.ILOT n°06 nouvelle ville Tizi Ouzou	10	7
06	SOLEIL VOYAGE/SOLEIL TOURS (succursale)	Cite 166 LOGTS EIGR BT (A) n°51 et 76 et 80 en face rue ELAEBI BEN M'HIDI TIZI OUZOU	3	0
07	KOUAOU TRAVEL	40 rues des frères BELHADJ local N°03 ,1 <sup>er</sup> étage, N. ville Tizi Ouzou	2	1
08	ECLIPSE TOURS	Rue des frère BELHOCINE TIZI OUZOU	3	0
09	CLAIRE MER	28 .rue AHMED CHAFFAI TIGZIRT, Tizi Ouzou	2	2
10	CHOISI TOURS	Avenue ABANE REMDANE ,1 <sup>er</sup> étage pépinière de microentreprise, locale N°25 TIZI OUZOU	1	0
11	LAND TRAVEL SERVICE	Coopérative immobilière (les amandiers) local n°3, route du CEM AMIOUD Ismail	1	2
12	AGORA TOURISME ET VOYAGES	03,rue KERRAD RACHID ,BT :A ,local N° 02 TIZI OUZOU	7	2
13	BA TOURS	31, rue HOUARI BOUMEDIENE, local N° 03 TIZI OUZOU	7	0
14	SIROCCO VOYAGES	Tour ALI OUARAB, entre BD KRIM BELKACEM et rue des frères BEGGAZ, nouvelle ville, local N°16 TIZI OUZOU	4	2
15	AMAZONE TOURS	Rue des frère BEN AKLI, local N° 11B, boghei -Tizi Ouzou	3	1
16	MERATOUR	Rue KHODJA KHALED ,local 38A TIZI OUZOU	1	0
17	ESSIWEN TRAVEL	Rue LAMALI AHMED, cité des 40 LOGTS, BT B, local n°45, TIZI OUZOU	2	0

18	DBK VOYAGES	Rue KASRI AHMED, lot N° 04 ,local 01 ,DRAA BEN KHEDDA TIZI OUZOU	2	0
19	FELICITA TOURS	Lot N°04 ,M'DOUHA TIZI OUZOU	2	1
20	RIMENE VOYAGES	Centre commerciale (HAMMAD) local N°03 ILOT de la région sud, cite B, lotissement n° 06, lot n°12 TIZI OUZOU	3	1
21	AYLAL VOYAGES	Centre de la commune de FREHA, local C Tizi Ouzou	4	0
22	PRESTIGE VOYAGES	Rue du 20 aout 1956 escalier 02, BT A2, local N° 18, AZAZGA Tizi Ouzou	3	0
23	SKY TOURS	Local A1, TIKOUBAINE, OUAGNOUNE TIZI OUZOU	4	0
24	IOMUNUM VOYAGES	Local n°02, ilot n°14, lotissement (B), sortie ouest, TIGZIRT, TIZI OUZOU	3	0
25	LYNAM TRAVEL	Local n° 11 avenue KRIM BELKACEM ,residence THANINA- GB16 ,BT (AM/02) TIZI OUZOU	1	1
26	HOP AND GO VOYAGES	BD KRIM BELKACEM ,local n°03,classe 88 ,G.p99 TIZI OUZOU	2	0
27	TIZI VOYAGE	Cite des 510 LOGTS, BT A *03 (rez-de-chaussée), N°14 KRIM BELKACEM TIZI OUZOU	2	0
28	THILISSA TOURS	Rue des frères TOUABI, local N°04 BIS, la nouvelle ville TIZI OUZOU	1	1
29	PLANET TRAVEL FOR YOU	Rue des frères BELHADJ, zone sud, cite C local n°01 nouvelle ville TIZI OUZOU	3	2
30	TOURSMAG TRAVEL	Rue KHODJA KHALED,LOCAL n°01 TIZI OUZOU	1	1

Source : direction du tourisme et de l'artisanat T.

**2.2.2.1. Activité des agences de tourisme et de voyage dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

Nous allons sélectionner dans le tableau suivant les activités des agences de tourisme et de voyage durant la période allant de 2015 jusqu'à 2018

**Tableau12 : activités des agences du tourisme et de voyage (2015,2016, 2017,2018).**

Année	Nombre de billet aérien		Nombre de billet maritime	Nombre de touristes	
	National	international		Algérien	Etranger
<b>2015</b>	3246	46128	578	-	-
<b>2016</b>	5519	67703	155	883	2167
<b>2017</b>	8292	63362	627	2115	1251
<b>2018</b>	13774	64296	641	3909	1838

Source : direction du tourisme et de l’artisanat T.O

Selon les statistiques établis par la direction du tourisme et de l’artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou ont constaté que le nombre de billets vendu a connu une augmentation.

De 49.374 billet aérien en 2015 à 78.070 billet en 2018, et de 578 billets maritimes en 2015 a 641 billet en 2018.

On constate aussi que le nombre de touristes algériens a connu lui aussi une augmentation est passé de 883 touristes en 2016 a 3909 touristes en 2018, le nombre de touristes étrangers à son tour a connu une baisse de 2167 touristes en 2016 à 1838 touristes 2018.

Cette baisse est due à la non valorisation de l’activité touristique de la willaya de Tizi Ouzou.

### **2.3. Les zones d’expansion touristiques (ZET) de la wilaya de Tizi Ouzou.**

Les zones d’expansion touristiques sont destinées à recevoir l’investissement hôtelier et touristique ce qui permet l’amélioration et le développement du secteur touristique

#### **2.3.1. Répartition des ZET dans la willaya de Tizi Ouzou.**

La willaya de Tizi Ouzou dispose de 08 zones d’expansion touristique repartie dans le tableau suivant :

Tableau13 : répartition des ZET dans la wilaya de Tizi Ouzou

Dénomination	Commune de rattachement	Superficie total des ZET (HA)	Superficie constructible (HA)
SIDI KHLIFA	AZEFFOUN / AIT CHAFFAA	637.5	49.08
BLEROUNA	AZEFFOUN	637.5	40
DJEMAA N'RBAT	TIGZIRT / AZEFFOUN	171	10
TIGZIRT/TASSALAST	TIGZIRT	168	22
ZEGZOU	IFLISSEN	147	Limite
ABECHAR	IFLISSEN	116.4	08
FERRAOUN	TIGZIRT / IFLISSEN	70.6	20
AZZEFFOUN	AZEFFOUN	25	17.26
<b>TOTAL</b>		<b>1973</b>	<b>166.34</b>

Source : direction de tourisme et de l'artisanat 2019

### 2.3.2. Les ZET de montagne de la wilaya de Tizi Ouzou.

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

**Tableau 14 : répartition des ZET de montagne de la wilaya de Tizi Ouzou**

<b>Dénomination</b>	<b>Commune de rattachement</b>	<b>Superficie des ZET (HA)</b>
AZZROU N'THOUR	IFERHOUNENE ET ILLILTENE	400
TALA GUILF	BOGHNI	175
YAKOURENE	YAKOUREN	138
TIZI OUDJAABOUB	BOUNOUH	5 A 10

Source : direction du tourisme et de l'artisanat de Tizi Ouzou 2019

## **Section 03 : Les dispositifs de soutien à la création de l'activité.**

Ces dernières années, le cadre de la création d'entreprise en général et celui de la Petite Moyenne Entreprise (PME) en particulier s'est enrichi d'un certain nombre de législations et institutions ayant pour objectif de soutenir et d'encadrer la PME. En effet ces différentes structures publiques visent à la réinsertion des chômeurs dans le monde du travail.

L'objectif de cette section est de traiter les dispositifs les plus importants mis en place par l'Etat pour promouvoir la PME, à savoir : l'ANDI, l'ANSEJ, la CNAC et l'ANGEM.

### **3.1. L'agence National de Développement de L'investissement (L'ANDI)**

L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonération et de réduction fiscale. Deux régimes d'avantages sont prévus.

- **Le régime général** : s'applique aux investissements courants réalisés en dehors des zones à développer.
- **Le régime dérogatoire** : s'applique aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat. <sup>14</sup>

#### **3.1.1. Le guichet unique de l'ANDI.**

L'ANDI est présente dans toutes les wilayas du pays à travers les « **guichets uniques décentralisés** »

L'agence National de développement de L'investissement a été créée sous forme d'un guichet unique décentralisé par l'ordonnance n°01-03 du 20/08/2001 relative au développement de l'investissement. C'est un établissement public à caractère administratif qui a pour mission

---

<sup>14</sup> <http://www.mdipi.gov.dz/?L-ANDI> (consulter le 05/11/2019).

fournir des services aux investisseurs nationaux et étrangers. Elle est sous la tutelle des services du chef de Gouvernement.<sup>15</sup>

Le but principal du guichet unique est la simplification des procédures et des formalités pour la création des entreprises et pour la réalisation des projets. Dans le guichet unique, l'investisseur a comme interlocuteur unique le représentant de L'ANDI, qui l'assiste, en lui donnant toutes les informations nécessaires, vérifié les dossiers et les envois au service concernés.

### **3.1.2. Les missions de l'ANDI.**

L'agence nationale de développement de l'investissement est chargée :

- D'assurer un service de mise en relations d'affaires et de facilitation des contacts des investisseurs non-résidents avec les opérateurs algériens et de promouvoir les projets et les opportunités d'affaires.
- D'exploiter en liaison avec son objet, toutes études et informations se rapportant aux expériences similaires pratiquées dans d'autres pays.<sup>16</sup>
- D'organiser des rencontres, colloques, journées d'études, séminaires et autres manifestations et événements en rapport avec ses missions.
- De participer aux manifestations économiques organisées à l'étranger en rapport avec la stratégie de promotion de l'investissement arrêtée par les autorités concernées.
- D'entretenir et de développer des relations de coopération avec des organismes étrangers similaires.
- De la promotion, le développement et la continuation des investissements.
- L'accueil, l'assistance et l'information des investisseurs, nationaux et étrangers.

Son principal but réside dans la simplification de procédures et de formalités pour la création d'entreprise et pour la réalisation de projets.

---

<sup>15</sup> Evaluation des capacités de promotion des investissements de l'Agence National de Développement de l'Investissement, (2005), Rapport de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, Genève.

<sup>16</sup> Journal officiel n°55 du 20 septembre 2001

### **3.2 La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC).**

La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC) est un organisme algérien chargé de l'indemnisation des salariés c'est-à-dire- elle prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30 -50 ans, ayant perdu leur emploi pour des raisons économiques.

Elle offre un coût maximum de 10 millions de Dinars et assure aux promoteurs par ce dispositif les services d'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

#### **3.2.1. Avantages accordés par la CNAC.**

Parmi les avantages accordés par la caisse nationale d'assurance chômage on a :

##### **- Les Aides financières.**

- Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du coût global du projet.
- Bonification des intérêts bancaires.
- Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet), à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection et validation de financement des projets et la garantie des crédits par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits investissements chômeurs promoteurs 30-50 ans.
- Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant
  - Apport personnel : 1% à 2% du coût global du projet.
  - Financement CNAC : 28% à 29% du coût global du projet (Non rémunérée).
  - Financement bancaire : 70% (intérêts bonifiés).

**- Les Avantages fiscaux**

Exonération de TVA, abattement sur les droits de douane en phase de réalisation et exonération d'impôts en phase d'exploitation.

**- Le Coaching et formation**

La gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise.

**- Validation des Acquis Professionnels**

C'est une mesure mise en œuvre en partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer et à valoriser l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.<sup>17</sup>

**3.3. Agence National de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)**

Elle a été créée par la décision du Conseil De Gouvernement du 16 décembre 2003, qui a adopté le décret exécutif n° 04-14 du 22 janvier 2004, Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit, développe un dispositif (le micro crédit), visant le développement des capacités individuelles des personnes à s'auto prendre en charge, en créant leur propre activité.

Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen de plus de 18 ans sans revenus ou disposant de revenus instables et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Il vise l'intégration économique et sociale à travers la création d'activités de production de biens et services.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> <http://www.mdipi.gov.dz/?CNAC> (consulte le 05/11/2019)

<sup>18</sup> <http://www.mdipi.gov.dz/?ANGEM>(consulte le 05/11/2019)

L'ANGEM propose deux types de crédits :

- **Le crédit « achat de matière première ».**

Le dispositif prévoit un financement à 100% (aucun apport du postulant au micro crédit) du montant d'achat de la matière première, à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassant pas 100.000 Dinars-.

- **Le crédit « acquisition de petits matériels et équipements ».**

Le coût maximum de l'investissement est fixé à 1 million de dinars.

Le montage financier proposé par le dispositif prévoit la formule suivante :

- Apport personnel : 1% du coût global du projet.
- **ANGEM** : 29% du coût global à travers un prêt non rémunéré.
- Banque : 70% du coût global (Intérêts bonifiés).

### **3.3.1. Les missions de l'ANGEM**

- Créer le dispositif du microcrédit conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.
- Soutenir, conseiller et accompagner les bénéficiaires du micro crédit dans la mise en œuvre de leurs activités.
- Notifier aux bénéficiaires dont les projets sont éligibles au dispositif, les différentes aides qui leurs sont accordées.
- Assurer le suivi des activités réalisées par les bénéficiaire en veillant au respect des clauses de cahiers de charges qui les tient à l'agence.
- Assister les bénéficiaires du micro crédits, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la mise en œuvre de leurs projets.

### **3.4. Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ).**

Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (**ANSEJ**), institution publique créée en 1996 chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise.

Le dispositif **ANSEJ** est réservé aux jeunes chômeurs (19-35ans) porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépasse pas les 10 Millions de dinars.<sup>19</sup>

Elle dispose d'un réseau de 53 agences à travers tout le territoire national.

### **3.4.1. Les missions de L'ANSEJ.**

L'ANSEJ a pour missions de :

- Soutenir, conseiller et accompagner les jeunes promoteurs dans le cadre de la mise en œuvre de leurs projets d'investissement.
- Gérer les dotations du FNSEJ, notamment les aides et la bonification des taux d'intérêt, dans la limite des enveloppes prévues.
- Notifier aux jeunes promoteurs dont les projets sont éligibles aux crédits des banques et établissements financiers, les différentes aides du FNSEJ et autres avantages qu'ils ont obtenus.
- Assurer le suivi des investissements réalisés par les jeunes promoteurs en veillant au respect des clauses des cahiers des charges qui les lient à l'agence et en les assistant, en cas de besoin, auprès des institutions et organismes concernés par la réalisation des investissements.
- Encourager toute autre forme d'actions et de mesures tendant à l'emploi de pré embauche.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> <http://www.mdipi.gov.dz/?ANSEJ>

<sup>20</sup> Actes des Assises Nationales de la PME, Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, 2004.

## **Conclusion**

Dans cette analyse de la wilaya de Tizi Ouzou, nous avons constaté qu'elle possède de fortes et diverses potentialités touristiques, d'une part, sa position géographique qui lui procure un avantage comparatif par rapport aux autres wilayas du pays et d'autre part, son histoire et sa culture auxquels il faut ajouter les potentialités artisanales.

L'exploitation de ces potentialités offre des opportunités d'investissement très importantes dans le secteur du tourisme et même dans d'autres secteurs complémentaires et offre aussi la possibilité de développer plusieurs formes de tourisme (balnéaire, de montagne, culturelle), ce qui peut permettre à la wilaya de procurer une importante source de revenus durables.

Malheureusement, et malgré la présence de ces facteurs d'attractivité touristique dans la wilaya, la région reste peu connue et le secteur du tourisme est marginalisé et peu développé. Dans le but de valoriser ces potentialités et de dynamiser le secteur touristique de la wilaya plusieurs dispositifs de soutien sont mis en place pour soutenir la création de l'activité soit sur le secteur touristique ou sur les autres secteurs.

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

### **Introduction**

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ), est considéré comme le second choix ou bien la seconde chance aux jeunes qui ne réussissent pas à intégrer le marché du travail puisqu'elle leur donne la possibilité de créer leurs propres projets professionnels selon leurs qualifications en association avec les banques publiques.

Dans notre cadre pratique nous allons présenter le dispositif ANSEJ en première section, ensuite citer les différentes démarches et procédures de création d'entreprise touristique dans le cadre de ce dispositif et comme exemple (agence de voyage) en seconde section, et en dernière section nous déduiront l'impact du dispositif ANSEJ sur la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou.

### **Section 01 : présentation du dispositif ANSEJ.**

L'Agence Nationale de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) est une institution publique créée en (1996) chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création de micros entreprises.

#### **1.1. Analyse du dispositif ANSEJ.**

Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs âgés de (19 à 40 ans) et porteurs d'idée ou de projet de création d'entreprise.

L'agence est placée sous l'autorité du ministre du travail, d'emploi et de la sécurité sociale. Le suivi opérationnel de l'ensemble des activités de l'agence est exercé par le ministère chargé de l'emploi. Elle est dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

Son siège est fixé à Alger, il peut être transféré en tout autre lieu par un décret exécutif pris sur rapport du ministère chargé de l'emploi. L'ANSEJ avec (51 Agences) est présente sur tout le territoire national, sur une décision de son conseil d'orientation suite au **décret exécutif n°96-296**.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Décret exécutif n° 96-296 du 24 rabieethani 1417 correspondant au 08 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes.

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

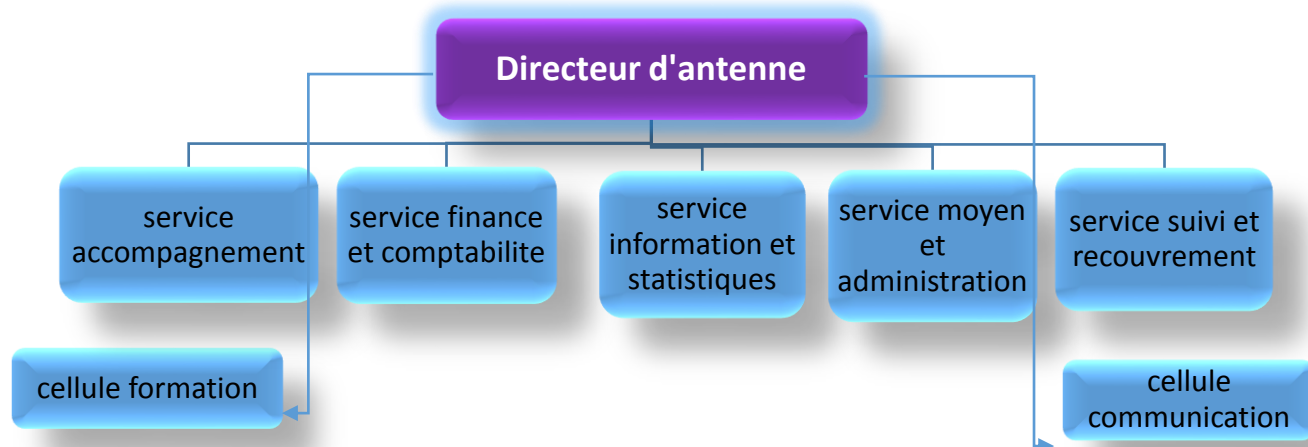
---

L'ANSEJ met en œuvre un dispositif fondé sur une approche économique, visant l'accompagnement des jeunes chômeurs pour la création et l'extension de micro-entreprise de production de biens et de services.

Elle développe des actions de promotion de l'esprit entrepreneurial et accorde des aides financières et avantages fiscaux durant toutes les étapes d'accompagnement. Dans ce cadre, L'ANSEJ agit en coordination avec les banques publiques et tous les acteurs sur le plan national et local.

**Le synoptique suivant représente l'organigramme de l'ANSEJ.**

**Figure N°1 : organigramme de l'ANSEJ**



Source : agence national de soutien des jeunes

### **1.2. Les fonds de l'ANSEJ.**

L'ANSEJ dispose de deux fonds, Le fond national de soutien à l'emploi des jeunes (FNSEJ) et. Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/ crédits jeunes promoteurs.

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

### **1.2.1. Le fond national de soutien à l'emploi des jeunes (FNSEJ).**

L'article 16 de l'ordonnance n° 96-14 du 24/06/1996, modifié par le décret exécutif n° 03-22 du 28/12/2003 a pour objet de fixer les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spécial du trésor n° 302-087 utile « fonds national de soutien à l'emploi des jeunes ».

Le compte retrace :

- **En recettes :**

- Les dotations du budget de l'Etat.
- Les produits des taxes spécifiques instituées par les lois de finances.
- Une partie du solde du compte d'affectation spécial n° 302-049 intitulé « **fonds national pour la promotion de l'emploi** » sa clôture.
- Le produit des remboursements des prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs.
- Toutes autres ressources du contrebutions.

- **En dépense :**

- L'octroi de prêts non rémunérés consentis aux jeunes promoteurs pour la mise en œuvre de la micro entreprise.
- La bonification des taxes des crédits accordés aux jeunes promoteurs.
- La prime accordée à titre exceptionnel aux projets présentant une particularité technologique appréciable.
- La prise en charge des études, expertises et actions de formation réalisées ou sollicitées par l'ANSEJ.
- L'octroi de garanties à délivrer aux banques et aux établissements financiers.
- Les frais de gestion à la mise en œuvre des programmes, aides et actions suivies notamment ceux liés au fonctionnement de l'ANSEJ.<sup>2</sup>

### **1.2.2 Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/ crédits jeunes promoteurs.**

---

<sup>2</sup>Recueil des textes législatifs et réglementaires, dispositif ANSEJ, P 4

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

Le fond a pour objet de garantir les crédits accordés par les banques aux jeunes promoteurs ayant obtenu l'agrément de l'ANSEJ. Les adhérents au fonds de garantie sont d'une part les banques et d'autre part, les microentreprises ayant opté pour la formule de financement triangulaire.

Les garanties du fond sont :

- Le nantissement des équipements au premier rang au profit de la banque et au profit de l'ANSEJ au deuxième rang.
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.
- Le gage du matériel roulant.

L'adhésion de la micro-entreprise au fond se fait après notification de l'accord bancaire et avant la délivrance de la décision d'octroi des avantages par les services de l'ANSEJ.

Le montant de la cotisation est calculé sur la base du montant du crédit bancaire et de sa durée, dont le taux de la cotisation pour chaque échéance est de **(0,35%)** du principal restant à rembourser.<sup>3</sup>

### **1.3. Démarches de la création d'entreprise.**

La création d'entreprise comporte plusieurs étapes qu'on doit franchir avant l'accompagnement de l'ANSEJ.

#### **1.3.1. Recherche de l'idée.**

L'idée du projet n'est autre que le résultat de l'observation des attitudes, des comportements des gens dans leur vie quotidienne et les visites des salons et des foires, ou bien c'est le résultat d'une discussion avec les différents fabricants et les utilisateurs des produits et des services.

#### **1.3.2. Elaboration du projet.**

---

<sup>3</sup> Guide de création de la micro-entreprise ; p12

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

L'élaboration du projet comporte cinq grands volets, le volet économique, le volet humain, le volet technique, le volet financier, et le volet juridique.

### **1.3.2.1. Le volet économique.**

Il consiste tout d'abord à définir le produit, ensuite il faut établir le plan de recueil des informations pour :

- Connaitre la demande : ses caractéristiques (âge, catégories socioprofessionnelles, le processus d'achat).
- Déterminer les ventes prévisionnelles.
- Définir une stratégie commerciale : en matière de prix, de substitution et de communication.

### **1.3.2.2. Le volet humain.**

Ce volet fait référence à l'équipe de l'entreprise c'est-à-dire le créateur, les associés et les salariés.

### **1.3.2.3. Le volet technique.**

Le choix du matériel doit tenir compte :

- Des caractéristiques du produit ou service à réaliser.
- Des quantités à produire.

Il faut toujours rechercher l'utilisation optimale du matériel, et surtout éviter la sous-utilisation ou la sur utilisation du matériel.

### **1.3.2.4. Le volet financier.**

L'étude financière permet de vérifier :

- La cohérence des besoins financiers et des possibilités de ressources.
- La rentabilité du projet.

Les résultats de l'étude financière permettent de décider :

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

- De réaliser le projet.
- De reconsidérer les éléments commerciaux ou techniques.
- Ou d'abandonner le projet.

### **1.3.2.5. Le volet juridique.**

C'est le cadre légal de l'entreprise, il a une implication sur le niveau d'engagement de ses propriétaires envers les partenaires.

### **1.3.3. Montage de l'entreprise et démarrage de l'activité.**

Pour le montage de l'entreprise, le créateur doit tout d'abord établir un planning des tâches, bien articulées de la réalisation de son projet<sup>4</sup>.

En revanche, pour le démarrage de l'activité, qui est une étape décisive car l'entreprise va être confrontée à la réalité de l'environnement, le créateur change de statut pour être le chef d'entreprise.

Donc pour réussir le démarrage, le créateur doit mettre en place un système d'information qui renseigne sur l'évolution de l'entreprise, comme il doit aussi analyser et corriger à temps les écarts éventuels.

## **1.4. Procédure de création d'une micro-entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ.**

Le dispositif de création de nouvelles micros entreprises à savoir l'ANSEJ, concerne deux types d'investissement : l'investissement de création et l'investissement d'extension.

### **1.4.1 Investissement de création.**

Il porte sur la création de nouvelles micros entreprises par un ou plusieurs jeunes promoteurs éligibles au dispositif ANSEJ

#### **1.4.1.1 Conditions d'éligibilité.**

Il y a quatre conditions :

---

<sup>4</sup>Agence Nationale Soutien à L'emploi des jeunes (Guide de la Création Micro-Entreprise)

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

- Etre chômeur.
- Etre âgé entre **(19 et 40 ans)**, pour le gérant, l'âge peut aller jusqu'à **(35-40 ans)** avec engagement de créer trois emplois permanents (y compris les associés).
- Avoir une qualification professionnelle en relation avec l'activité envisagée.
- Mobiliser un apport personnel pour le financement du projet.

### **1.4.1.2. Montage financier.**

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif **ANSEJ** le financement triangulaire et le financement mixte.

#### **- Le financement triangulaire**

C'est une formule dont l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par prêt sans intérêt, accordé par l'**ANSEJ** et par un crédit bancaire. Ce type de financement est structuré sur deux niveaux :

**Niveau 1** : Le montant d'investissement est inférieur à cinq millions de Dinars.

<b>Crédit bancaire</b>	<b>Prêt sans intérêt (ANSEJ)</b>	<b>Apport personnel</b>
70%	29%	1%

Source : document interne à l'ANSEJ

**Niveau 2** : Le montant d'investissement est **de 5. 000. 001** jusqu'à **10. 000. 000** Dinars.

<b>Crédit bancaire</b>	<b>Prêt sans intérêt (ANSEJ)</b>	<b>Apport personnel</b>
70%	28%	2%

Source : document interne à l'ANSEJ

#### **-Le financement mixte**

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

Dans ce type de financement, l'apport financier du ou des jeunes promoteurs est complété par un prêt sans intérêt accordé par l'ANSEJ. La structure de ce type de financement est répartie en deux niveaux :

**Niveau 1** : Le montant de l'investissement est inférieur à **5.000.000** DA.

<b>Apport personnel</b>	<b>Prêt sans intérêt (ANSEJ)</b>
71%	29%

Source : document interne à l'ANSEJ

**Niveau 2** : Le montant de l'investissement est de **5.000.001** à **10 000 000** DA.

<b>Apport personnel</b>	<b>Prêt sans intérêt (ANSEJ)</b>
72%	28%

Source : document interne à l'ANSEJ

### **1.4.2 Investissement d'extension**

Investissement d'extension concerne la microentreprise réalisées dans le cadre du dispositif ANSEJ et qui ont la propension à l'extension des capacités de production dans la même activité ou une activité connexe.

#### **1.4.2.1 conditions d'éligibilité.**

La microentreprise doit répondre aux conditions suivantes :

- Cumul de 03 années d'activité en zones normales, ou 06 années en zones spécifiques.
- Remboursement du crédit bancaire à hauteur de 70% en cas de financement triangulaire.
- Remboursement intégral du crédit bancaire en cas de changement de banque ou de type de financement du triangulaire vers le mixte.
- Remboursement à hauteur de 50% du PNR en cas de financement mixte.
- Remboursement régulier des échéances du PNR.
- Avoir un bilan fiscal retraçant l'évolution positive de la micro-entreprise.

## *Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique*

---

### **1.4.2.2 les montages financiers.**

Deux formules de financement sont prévues dans le cadre du dispositif ANSEJ pour les investissements d'extension, qui sont identiques à l'investissement de création<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Agence Nationale de Soutien à L'emploi des Jeunes (Guide de la Création Micro-Entreprise).

## **Section 02 : démarches de création d'entreprise touristique (Agence de voyage) dans le cadre du dispositif ANSEJ.**

Les jeunes peuvent accéder via le dispositif ANSEJ à la création des petites et moyennes entreprises, dans le secteur du tourisme et des loisirs,<sup>6</sup> comme par exemple des agences de voyages

### **2.1. Agence de voyage**

Une agence de voyages est une entreprise qui propose et vend des offres de voyages à ses clients. Elle joue le rôle d'intermédiaire entre les consommateurs et les différents prestataires de services présents sur le marché du tourisme : Tour-opérateurs, compagnies aériennes, hôteliers, loueurs de voiture, assurances voyage,<sup>7</sup>

### **2.2. Les procédures d'ouverture d'une agence de voyage dans le cadre du dispositif ANSEJ.**

Afin de créer une agence de voyage, il faut savoir que ceci nécessite un passage par des institutions et des étapes essentielles et des procédures assez longues qui exigent une préparation et quelques connaissances essentielles.

Il est vrai que ce n'est pas quelque chose d'extrêmement difficile ou compliqué, mais un minimum de patience et de préparation est exigé.

Nous allons voir dans cette section les démarches de création des agences de voyage ainsi que les obstacles rencontrés durant ce processus de création.

#### **2.2.1. Les conditions d'aptitude professionnelle.**

---

<sup>6</sup><https://www.algerie-eco.com/author/arezki/> (consulter le 05/11/2019).

<sup>7</sup><https://www.documentissime.fr/dossiers-droit-pratique/dossier-156-la-responsabilite-des-agences-de-voyages> (consulter le 05/11/2019)

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

La personne chargée de la gestion de l'agence du tourisme et de voyages (l'agent) doit satisfaire à l'une des conditions suivantes :

- Ayant un diplôme d'études supérieures en tourisme ou en hôtellerie.
- Ayant une licence de l'enseignement supérieur et une ancienneté d'une **(01) année** dans le domaine touristique.
- Ayant un diplôme de technicien supérieur en hôtellerie et une ancienneté **d'une (01) année** dans le domaine touristique.

### **2.2.2. Première phase : Demande de l'accord du principe.**

Le créateur du projet doit tout d'abord passé par la direction du tourisme pour avoir la constitution du dossier d'ouverture d'une agence de voyage et de tourisme qui comporte :

- Une Demande de licence d'exploitation d'agence du tourisme et de voyages.
- Une Copie de la carte nationale de la personne devant répondre aux conditions d'aptitude définies ci-dessous (l'Agent du Tourisme et de Voyages), le cas échéant, ainsi que des associés, dans le cas d'une personne morale.
- Copies certifiées conformes des diplômes et des certificats de travail de l'agent, faisant apparaître son expérience professionnelle dans le domaine du tourisme, accompagnées des copies certifiées des attestations correspondantes d'affiliation à la sécurité sociale, au nom des entreprises touristiques où l'agent a exercé, le cas échéant.

Le dossier constitué des pièces écrites est transmis par la Direction du Tourisme et de l'Artisanat au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat en vue de son étude par la Commission<sup>8</sup> ; qui prend l'une des décisions suivantes :

- L'Accord du principe.
- L'Accord du principe avec réserves.
- Le Rejet.

Mais il faut signaler que l'étude du dossier par le ministère du tourisme prend un temps considérable, c'est ce qui conduit à une perte de temps pour le créateur du projet.

---

<sup>8</sup>Direction du tourisme et de l'artisanat (TIZI OUZOU)

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

### **2.2.3. Deuxième phase : demande d'obtention de licence d'exploitation (Agrément).**

Après l'obtention de l'accord du principe, le promoteur se rapproche de l'annexe la plus proche de son lieu de résidence pour s'informer sur le dispositif ANSEJ, et sur les démarches de financement et de création d'une agence de voyage et du tourisme.

#### **2.2.3.1. Inscription.**

L'inscription du promoteur se fait en ligne sur le site : **[promoteur.ansej.org.dz](http://promoteur.ansej.org.dz)**

#### **2.2.3.2. Etude du projet et plan d'affaires.**

Le promoteur, assisté de son accompagnateur, élabore un plan d'affaires sur la base de l'étude du projet, contenant :

- Les équipements à acquérir.
  - L'implantation du projet et l'environnement de la future micro-entreprise.
  - L'étude de marché.
  - Les choix techniques.
  - Les ressources humaines.
  - L'étude financière.

#### **2.2.3.4. Présentation du projet au Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF).**

Le promoteur doit présenter son projet au niveau du CSVF pour étude et prise de décision par une validation, un ajournement ou un rejet.

- **Cas de validation** : dépôt du dossier administratif et financier dans un délai ne dépassant pas sept (07) jours.
- **Cas d'ajournement** : levée des réserves émises par le comité et représentation du projet.

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

- **Cas de rejet** : possibilité de présenter un recours dans un délai de quinze **(15) jours** après notification de la décision de rejet du comité.

### **2.2.3.5. Etablissement et remise de l'attestation d'éligibilité ou de conformité.**

### **2.2.3.6. Accord bancaire.**

Le dossier est déposé au niveau de la banque par le représentant de l'**ANSEJ** pour l'obtention de l'accord bancaire, cette étape concerne exclusivement le financement triangulaire.

### **2.2.3.7. Création juridique de la micro-entreprise.**

Création juridique de la micro-entreprise, et l'Ouverture d'un compte bancaire et versement de l'apport personnel.

### **2.2.3.8. Formation du promoteur.**

Avant le financement du projet, le promoteur doit obligatoirement suivre une formation sur les techniques de gestion de sa micro-entreprise, assurée en interne par les formateurs de l'**ANSEJ**

Le promoteur doit compléter son dossier avec :

- Une Attestation d'inscription de la dénomination auprès du Centre National du Registre de Commerce
- Un Statut de la société (dans le cas d'une personne morale).
- Une Copie certifiée conforme du titre de propriété ou de location d'un local à usage commercial, d'une superficie minimale de **25 m<sup>2</sup>**.
- Une Attestation d'assurance contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile et professionnelle.

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

- Un Contrat de travail, notarié, à établir entre le propriétaire de l'agence et l'agent du tourisme et de voyages, le cas échéant.
- Le procès-verbal du constat délivrer par la DTA après inspection du locale<sup>9</sup>

Une fois le dossier complet, il sera transmis au ministère du tourisme pour son étude afin d'obtenir la licence d'exploitation d'agence du tourisme et de voyages dans un délai allant d'un mois jusqu'à 6 mois.

### **2.2.4. Troisième phase : financement du projet**

Une fois la licence d'exploitation (Agrément) obtenu le créateur de l'agence se rapproche du Centre National du Registre de Commerce pour la délivrance d'un registre de commerce, mais aussi une déclaration d'existence délivre par les impôts. L'ANSEJ procède alors au financement du projet du promoteur.<sup>10</sup>

Après toutes ces étapes franchies le créateur de l'agence peut commencer son activité.

## **2.3. Les facteurs incitant à la création des entreprises dans le domaine touristique.**

Parmi les avantages et facteurs qui incite les nouveaux porteurs de projet a la création de leurs entreprises dans le domaine touristique on trouve :

### **2.3.1. Avantages accordés par l'Etat.**

- Exonération de l'impôt sur les bénéfices de société (**IBS**), pendant une durée de dix (**10**) **années**, pour les entreprises touristiques créées par les promoteurs nationaux ou étrangers à l'exception des agences du tourisme de voyage, ainsi que les sociétés d'économie mixte exerçant dans le secteur du tourisme.
- Exonération de la taxe sur l'activité professionnelle (**TAP**) du chiffre d'affaires réalisé en devises dans les activités touristiques.

---

<sup>9</sup> Direction du tourisme et de l'artisanat (TIZI OUZOU).

<sup>10</sup> Agence nationale de soutien des jeunes (T.O).

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

- Application à titre transitoire jusqu'au 31 décembre 2019, du taux réduit de la (TVA) de (7%), au profit des prestations liées aux activités touristiques de voyages et de location de véhicules de transport touristique.
- Exemption du droit d'enregistrement pour les actes de constitution et d'augmentation de capital des sociétés exerçant dans le secteur touristique.
- Octroi d'une bonification du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires consentis dans le cadre de la réalisation de projets d'investissement et de la modernisation des établissements touristiques dans les wilayas du nord et du sud.
- Octroi d'abattements sur la concession des terrains destinés à la réalisation de projets d'investissement touristique dans les wilayas des hauts plateaux et du sud. <sup>11</sup>

### **2.3.2. Avantages accordés par le dispositif ANSEJ.**

Le jeune promoteur bénéficie d'aides financières et d'avantages fiscaux au moment de la réalisation de son projet tant en phase de création qu'en phase d'extension des capacités de production.<sup>12</sup>

#### **2.3.2.1. Aides financières.**

l'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes offre des prêt non rémunéré, prêt non rémunéré supplémentaire si nécessaire pour le financement triangulaire mais aussi des taux d'intérêt bancaire bonifié à (100%).

#### **2.3.2.2. Avantages Fiscaux.**

L'agence nationale de soutien à l'emploi de jeunes accompagne le promoteur durant la phase de réalisation de l'investissement et durant la période d'exploitation et a partir du démarrage de l'activité.

---

<sup>11</sup>Guide fiscal de l'investisseur en Algérie juillet 2019.

<sup>12</sup> Agence nationale à l'emploi des jeunes.

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

- **Durant la phase de réalisation de l'investissement.**

- Exonération des droits en matière d'enregistrement pour les actes constitutifs de sociétés.
- Application du taux réduit de 5% en matière de droits de douane pour les équipements entrant directement dans la réalisation de l'investissement.

- **Durant la période d'exploitation et à partir du démarrage de l'activité**

- Exonération totale de l'Impôt Forfaitaire Unique(**IFU**), ou de l'imposition d'après le régime du bénéfice réel pour une période de « **03 ans, 06 ans ou 10 ans** », selon le lieu de l'implantation du projet, et ce à compter de la date de sa mise en exploitation.  
Cette période d'exonération peut être prorogée de deux (**2**) **années**, lorsque le promoteur s'engage à recruter au moins trois (**3**) employés à durée indéterminée, le non-respect des engagements liés au nombre d'emplois créés entraîne le retrait des avantages et le rappel des droits et taxes qui auraient dû être acquittés.  
Toutefois, les investisseurs -personnes physiques au titre de l'impôt forfaitaire unique- demeurent assujettis au paiement d'un minimum d'imposition correspondant à (**50%**) du montant de l'**IFU (10 000 DA)**, prévu dans le code des impôts, pour chaque exercice, et ce quel que soit le chiffre d'affaires réalisé.
- Un abattement d'impôt sur le revenu global (**IRG**), ou l'impôt sur les bénéfices des sociétés (**IBS**), selon le cas, ainsi que sur la taxe sur l'activité professionnelle (**TAP**), à l'issue de la période d'exonération, pendant les trois premières années d'imposition comme suit :
  - 1ère année d'imposition : un abattement de(**70 %**).
  - 2ème année d'imposition : un abattement de (**50 %**).
  - 3ème année d'imposition : un abattement de (**25 %**).

### **2.3.3. Avantages accordés par la direction du tourisme et de l'artisanat.**

### ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

La direction du tourisme et de l'artisanat accompagne le créateur de l'agence de tourisme et du voyage à travers :

- Le suivi du dossier de la première phase jusqu'à la création de la micro-entreprise.
- La courte durée d'analyse et d'envoi du dossier par le **DTA** au ministère du tourisme.
- Organisation des réunions en présence des différents responsables des micro-entreprises touristiques, pour la relance du secteur touristique et faire face aux contraintes qui touchent le secteur
- Organisation des journées nationales du tourisme pour valoriser les impacts du tourisme dans les domaines socioculturels, économiques et politiques.

## **Section 03 : analyse et interprétation des résultats de l'étude.**

Dans cette section, en premier lieu nous allons faire une analyse comparative entre les activités touristiques et activités de services financés par le dispositif ANSEJ, la deuxième étape sera consacrée à l'étude du questionnaire destiné aux agences de voyage implanté à la wilaya de Tizi-Ouzou financé par l'ANSEJ et celle financé autrement dans le but de faire une comparaison entre elles.

Pour conclure nous procéderons à l'interprétation des résultats de notre recherche et déduire l'impact du dispositif de soutien ANSEJ à la création de l'activité sur le secteur touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou.

### **3.1. Comparaison entre activités touristique et activités de service financé par le dispositif ANSEJ dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

Dans notre étude, nous nous sommes intéressés aux agences de communications et les agences de publicité comme exemples d'activités de services, et agences de voyages et du tourisme comme activités touristique, le tout financé par l'ANSEJ.

#### **3.1.1. Activité des services financés par l'ANSEJ.**

En Effet le dispositif de Soutien à l'Emploi des Jeunes (ANSEJ) permet le financement à la création de petites et moyennes entreprises dans le secteur de service. Parmi elles on trouve :

##### **3.1.1.1. Agences de communication.**

Une agence de communication est une entreprise qui orchestre la communication interne et/ou externe pour le compte de ses clients.

##### **- La communication interne**

Elle vise à fédérer le personnel aux objectifs de l'entreprise, exemple : le site internet, un intranet, des revues mensuelles, un journal d'entreprise.

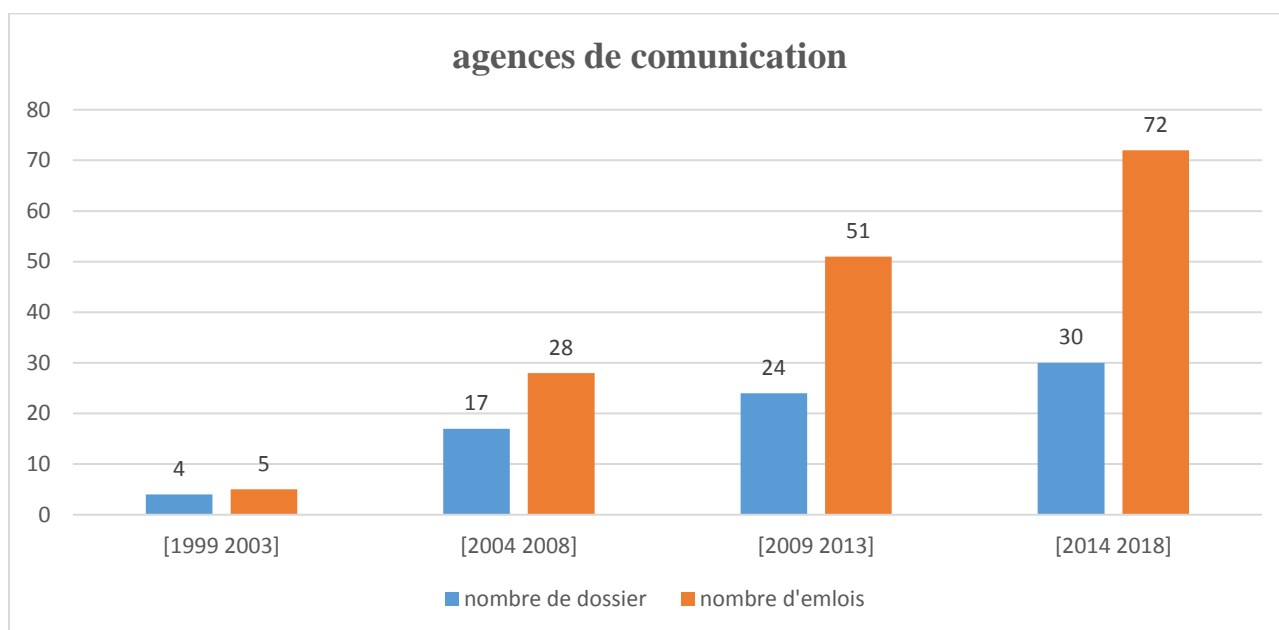
## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

- **La communication externe** Elle vise à promouvoir l'image de l'entreprise auprès du public ciblé, exemple : le site internet, les réseaux sociaux, les cartes de visites, une plaquette commerciale.<sup>13</sup>

L'histogramme suivant pressante les Agences de communication financée par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou durant la période allant de 1999 jusqu'à 2018 en matière d'investissements et nombre d'emploi crée.

**Figure N°2 : Agences de communication financée par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou.**



**Source : établie par nous-même à partir des données fournit par l'ANSEJ.**

Nous constatons une augmentation d'investissement ; et le nombre d'emplois crée par rapport aux agences de communication dans le cadre du dispositif ANSEJ entre **1999** et **2018**.

---

<sup>13</sup><https://www.anthedesign.fr/communication-2/agence-de-communication/> (consulté le 07/11/19).

## Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique

### 3.1.1.2. Agences de publicité.

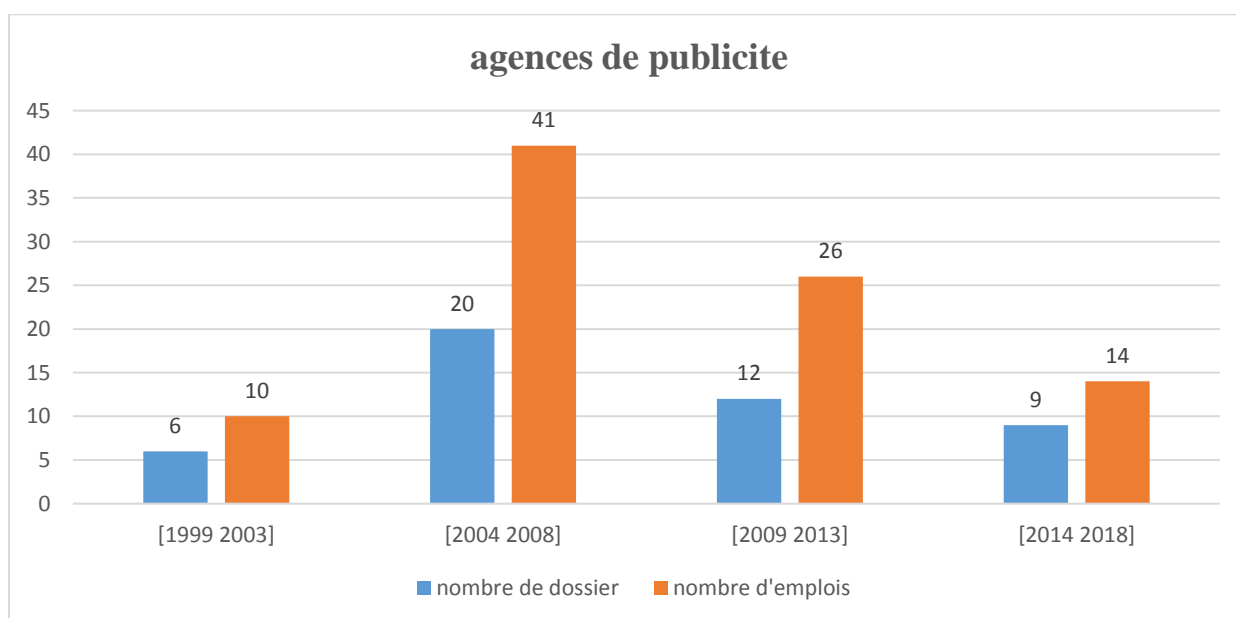
L'agence de publicité appelée plus familièrement « **agence de pub** » est composée d'experts, spécialisés dans la publicité, ils travaillent pour le compte d'entreprises nommées aussi annonceurs. Ces entreprises cherchent à promouvoir leurs produits et/ou activités.<sup>14</sup>

L'agence publicitaire intervient dans le processus de création et d'exécution de la campagne publicitaire en plusieurs étapes :

- La mise en place d'un planning stratégique avec le client.
- La recherche et la conception graphique des annonces.
- L'achat de l'espace publicitaire.
- La diffusion de l'annonce.

L'histogramme suivant pressante les Agences de publicité financée par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou durant la période allant de 1999 jusqu'à 2018 en matière d'investissements et nombre d'emploi crée.

**FigureN°3 : Agences de publicité financée par L'ANSEJ au niveau de TIZI OUZOU**



Source : établie par nous-même à partir des données fournit par l'ANSEJ.

<sup>14</sup><https://www.anthedesign.fr/communication-2/agence-de-publicite/>(consulte le 07/11/19)

## *Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique*

---

Nous constatons que l'investissement et le nombre d'emplois créés par rapport aux agences de publicité dans le cadre de l'ANSEJ dans la période de **1999** jusqu'à **2008** a connu une augmentation

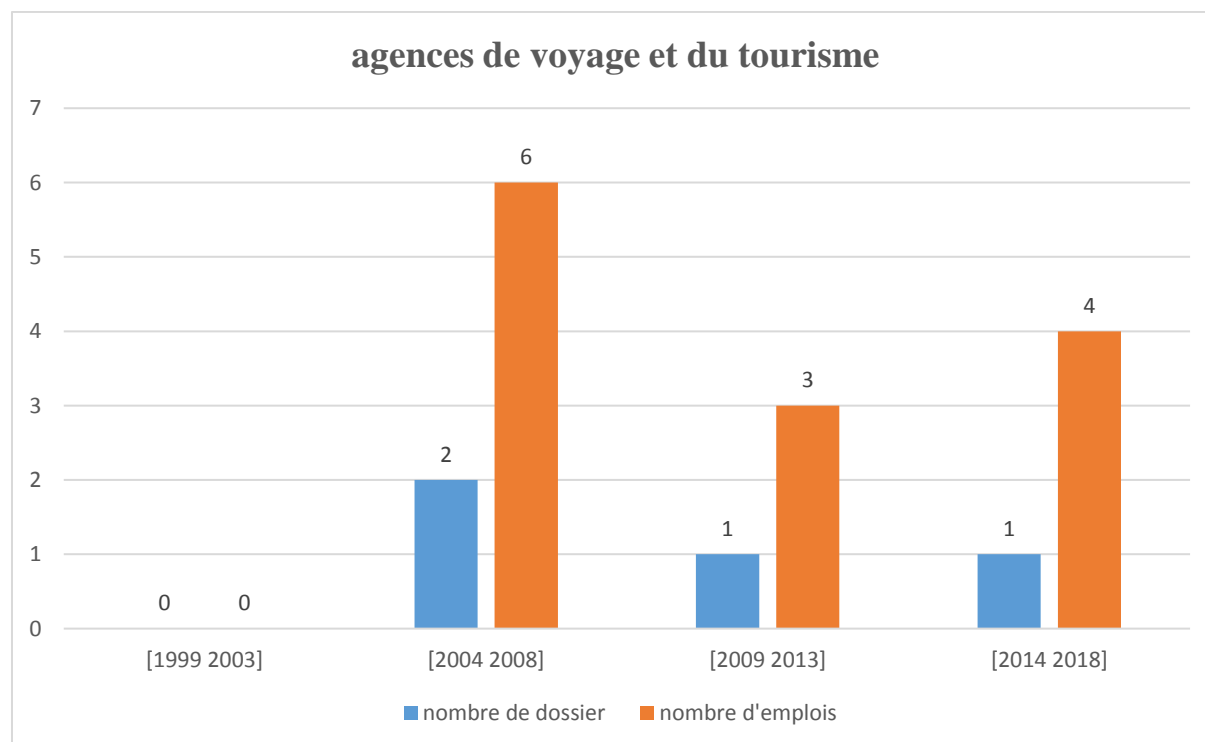
Mais la deuxième période allant de **2009** jusqu'à **2018** a connu un déclin.

### **3.1.2. Activités touristiques financées par l'ANSEJ.**

D'après les données fournies par l'antenne de l'ANSEJ au niveau de Tizi-Ouzou on a constaté que seules les agences de voyage et de tourisme ont été financées par ce dispositif dans le domaine du tourisme.

L'histogramme suivant présente les Agences de voyage et de tourisme financées par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou durant la période allant de 1999 jusqu'à 2018 en matière d'investissements et nombre d'emplois créés.

**Figure N°4: Agences de voyage et de tourisme financées par l'ANSEJ au niveau de TIZI OUZOU**



Source : établie par nous-même à partir des données fournies par l'ANSEJ

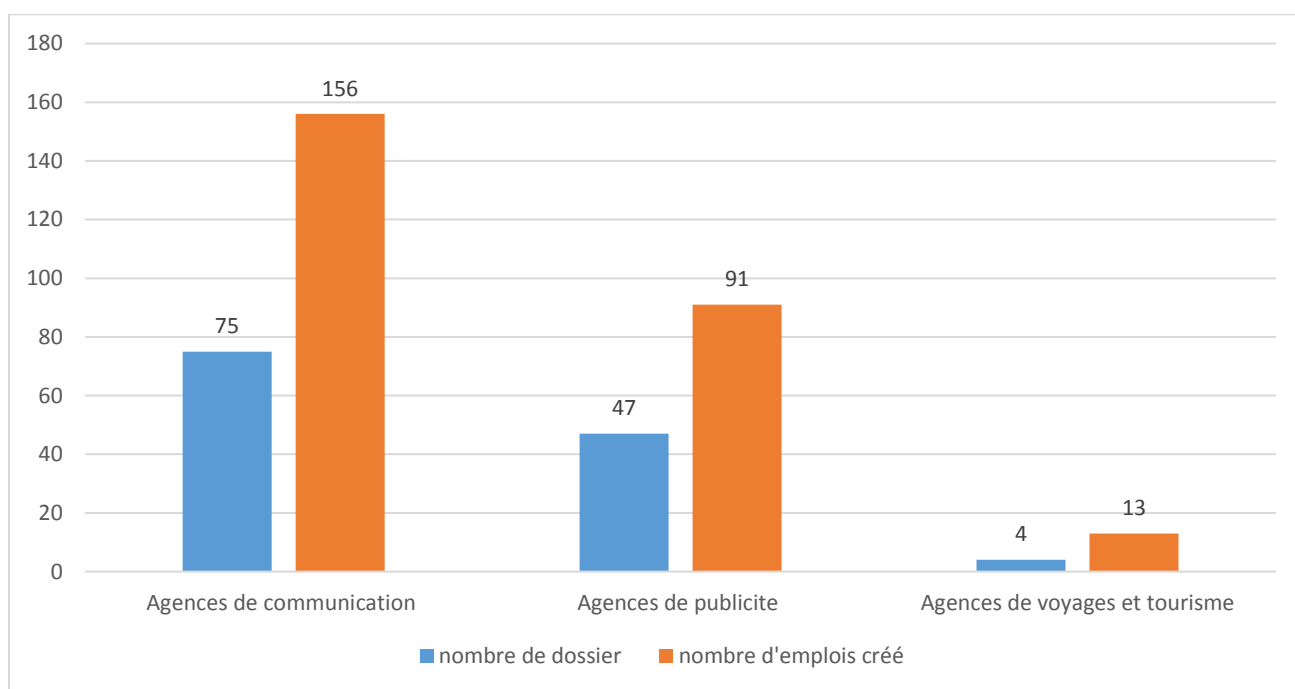
## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

On constate que entre l'année 1999 jusqu'à 2018 On constate que seule 4 dossiers sont financés pour ce qui est des Agences de voyage et du tourisme et 13 postes d'emplois créés, ce qui est vraiment très insuffisant par rapport au nombre d'agences de voyages existantes dans la wilaya de Tizi Ouzou.

### **3.1.3. Analyse de la situation de l'investissement dans les Agences de voyage et du tourisme dans le cadre de dispositifs ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou.**

L'historique suivant présente une Comparaison entre agences de communication, agences de publicité et agences de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou en matière d'investissements et nombre d'emploi créé.

**Figure N°5: Comparaison entre agences de communication, agences de publicité et agences de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ.**



**Source : établie par nous-même à partir des données fournies par l'ANSEJ**

D'après les données précédentes nous constatons que l'investissement, le financement et le nombre d'emplois créés dans le cadre du dispositif ANSEJ dans le secteur des services (agence de communication et agence de publicité) sont supérieurs à l'investissement, le financement et le nombre d'emplois créés dans le secteur touristique (agence de voyage et du tourisme).

## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

En effet de **1999** jusqu'à **2018** on observe :

- Agences de communication **75** dossiers financés et **156** postes d'emplois créés.
- Agences de publicité **47** dossiers financés et **91** postes d'emplois créés.
- Agences de voyage et tourisme **5** dossiers financés et **13** postes d'emplois créés.

### **3.2. Comparaison entre activités touristiques financés par l'ANSEJ et celles financés autrement dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

Vue le nombre limité de micro-entreprises touristiques financés par le dispositif de soutien **ANSEJ**, notre étude porte sur un échantillon de 15 agences de voyages et du tourisme financés par l'**ANSEJ** et celles financés autrement.

#### **3.2.1. Présentation de la méthodologie de l'enquête.**

##### **3.2.1.1. Le choix de l'approche.**

En ce qui concerne notre étude, une analyse qualitative s'avère la plus appropriée pour nous permettre de bien voir l'impact du dispositif **ANSEJ** sur la création de l'activités dans le secteur touristique de la wilaya de Tizi- Ouzou.

##### **3.2.1.2. Le choix de l'échantillon.**

L'échantillon de notre enquête est constitué des Agences de voyage et du tourisme financés par le dispositif de soutien **ANSEJ**, et les Agences de voyage et du tourisme financés par un apport personnel, dans la wilaya de Tizi Ouzou.

##### **3.2.1.3. Taille de l'échantillon.**

L'échantillon étudié est composée de **15 Agence du tourisme et de voyage** dans la wilaya de Tizi Ouzou, dont 4 d'entre elles sont financés par le dispositif **ANSEJ**.

### **3.2.2.L'élaboration du questionnaire.**

Le questionnaire constitue l'un des éléments essentiels de l'enquête. C'est un outil d'approche du terrain où se déroulera le travail de recherche pratique, dont l'objectif méthodologique est de vérifier les hypothèses, répondre aux interrogations et apporter des éléments de solutions, qui mèneront vers des recommandations. C'est une série de questions dont la majorité est fermés.

Pour élaborer un bon questionnaire, il est nécessaire de formuler des questions claires, simples et faciles à comprendre.

### **3.2.3. Présentation et traitement des résultats de l'enquête.**

Une fois l'étude sur le terrain est achevée, on a eu un ensemble de questionnaires, représentant une masse d'informations brutes, Pour le traitement des données de notre enquête, nous avons fait recours à l'utilisation des tableaux Excel.

## *Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique*

---

### 3.2.3.1 Identification.

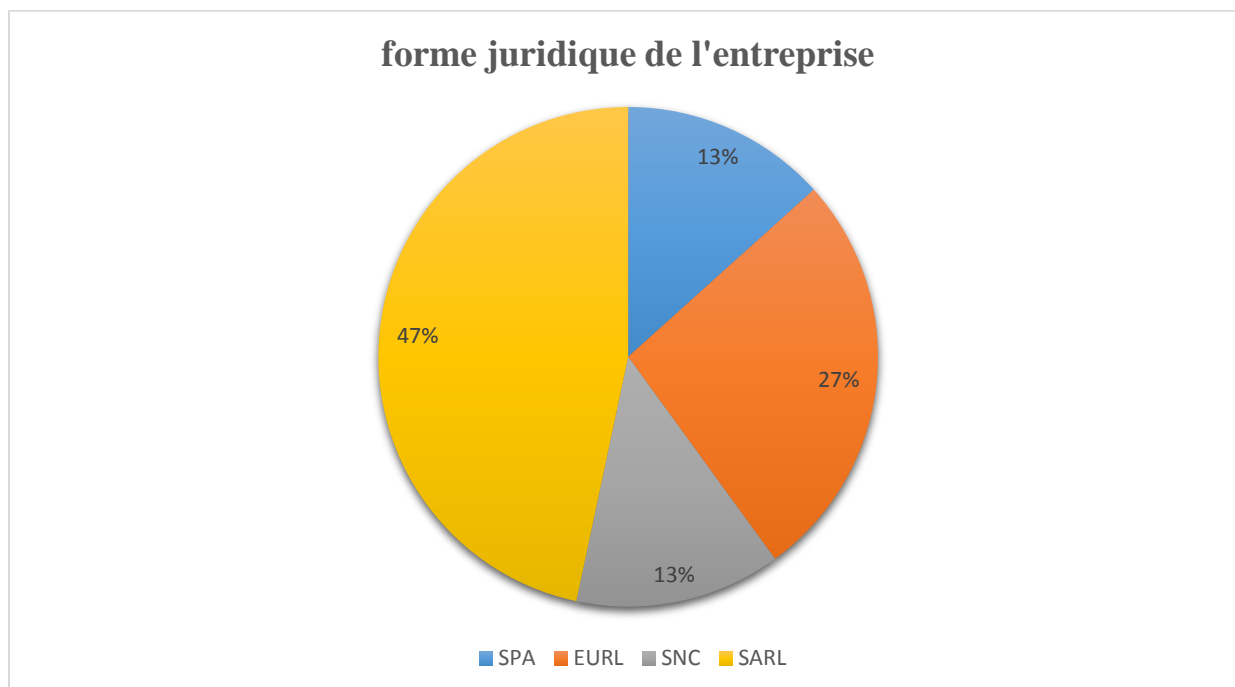
- Forme juridique de l'entreprise.

**Tableau N°15 : Forme juridique des Agences de voyage et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

Réponses	Nombre	Pourcentage
SPA	02	13%
EURL	04	27%
SNC	02	13%
SARL	07	47%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°6: Forme juridique des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

On constate que (47%)des Agences de voyages et du tourisme qui font partie de notre échantillon sont des **SARL**,(27%) sont des **EURL**, (13%) sont des **SNC** et le reste(13%)c'est des **SPA**.

#### **- La taille de l'entreprise.**

Concernant la taille de l'entreprise selon les catégories figurantes dans notre questionnaire, on a constaté que toutes les Agences de voyages et du tourisme qui constitue notre échantillon dans la wilaya de Tizi Ouzou sont des micro-entreprises comprenant(**de 1 à 9 salariés**).

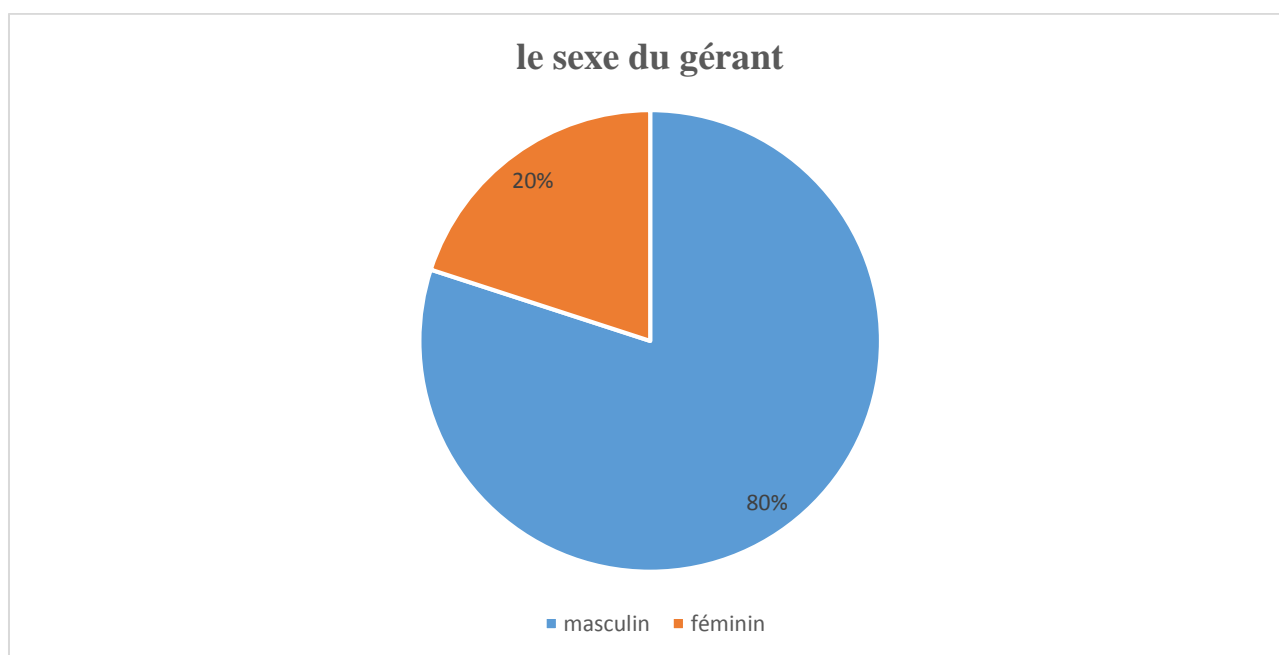
#### **- Le sexe du gérant.**

**Tableau N°16 : Le sexe du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.**

<b>Sexe du gérant</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>masculin</b>	12	80%
<b>féminin</b>	3	20%
<b>TOTAL</b>	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°7 : Le sexe du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

On remarque que la majorité des gérants d'Agence de voyage et du tourisme faisant partie de notre échantillon sont des hommes avec un taux de (80%), et uniquement (20%) des femmes.

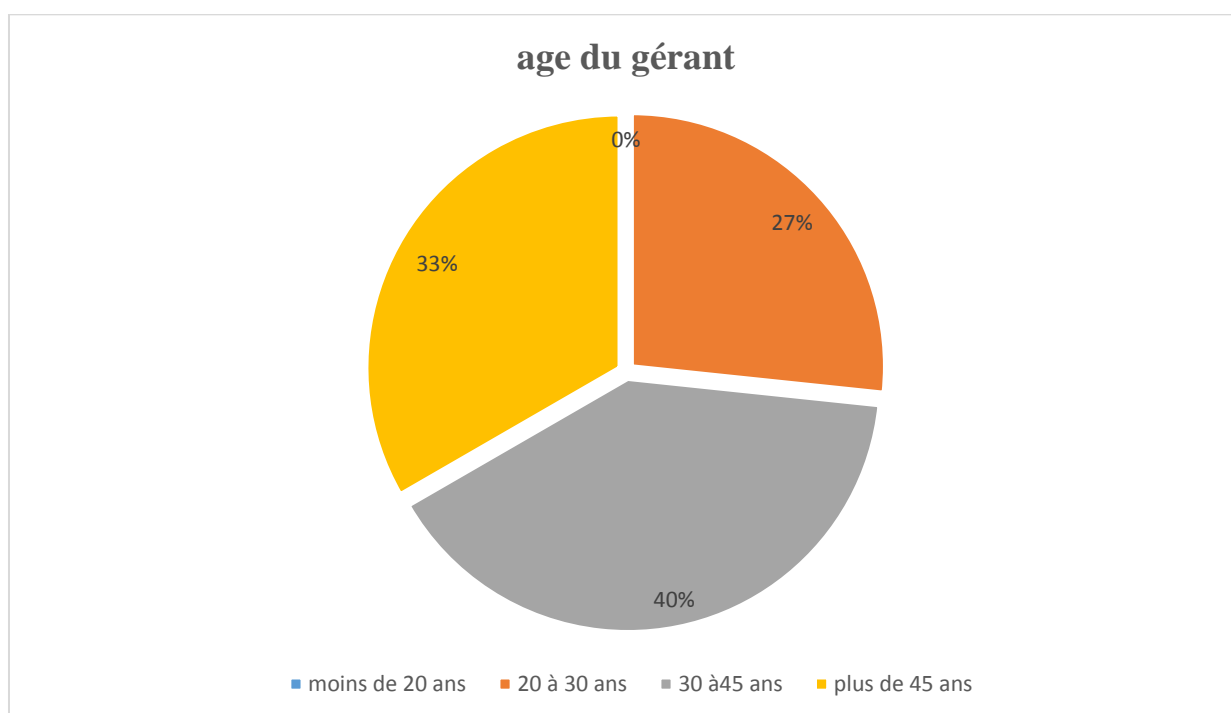
- Age du gérant.

**Tableau N°17 : Age du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.**

Age du gérant	Nombre	Pourcentage
Moins de 20 ans	00	00%
20 à 30ans	04	27%
30 à 45ans	06	40%
Plus de 45 ans	05	33%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°8 : Age du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

On remarque que (40%) des gérant d'Agences de voyages et du tourisme qui constitue notre échantillon ont entre 30 ans et 45 ans, (33%) ont plus de 45 ans, et (27 %) ont entre 20 ans et 30ans.

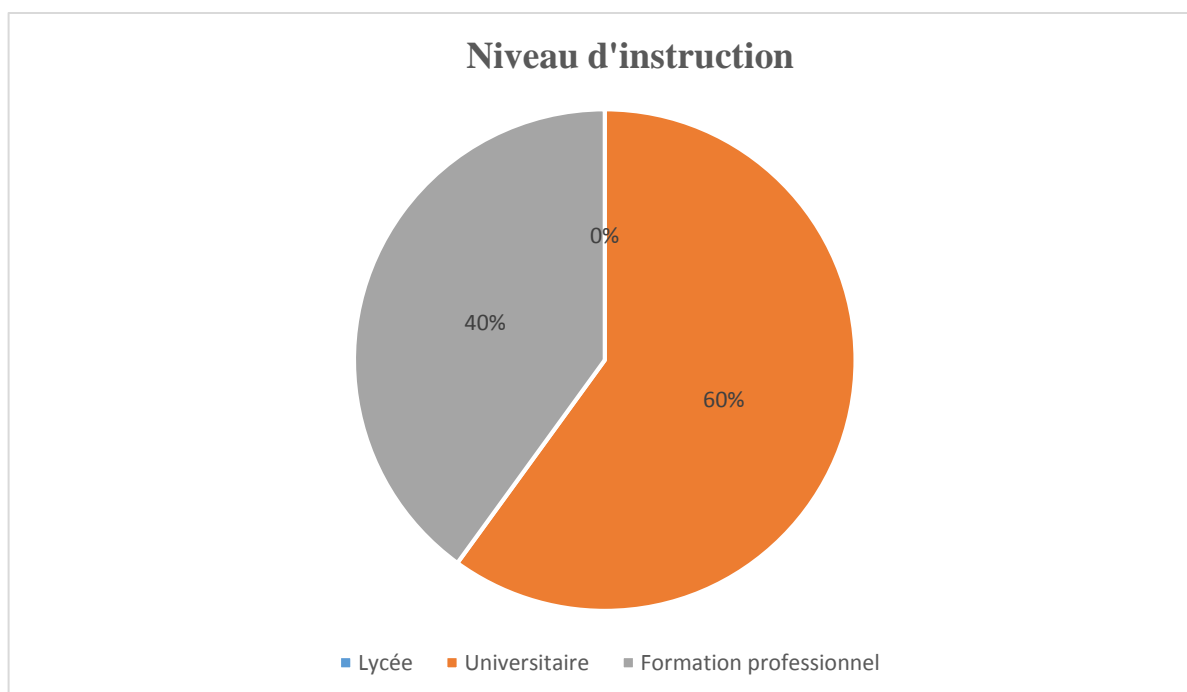
- Niveau d'instruction.

**Tableau N°18 : Niveau d'instruction du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.**

Niveau d'instruction	Nombre	Pourcentage
Lycée	00	00%
Universitaire	9	60%
Formation professionnel	6	40%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°9: Niveau d'instruction du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

On constate que plus de la moitié des gérants des Agences de voyage et du tourisme qui font partie de notre échantillon sont des universitaires avec un taux de (60%), et ceux qui ont fait une formation professionnelle représente (40%) du nombre total.

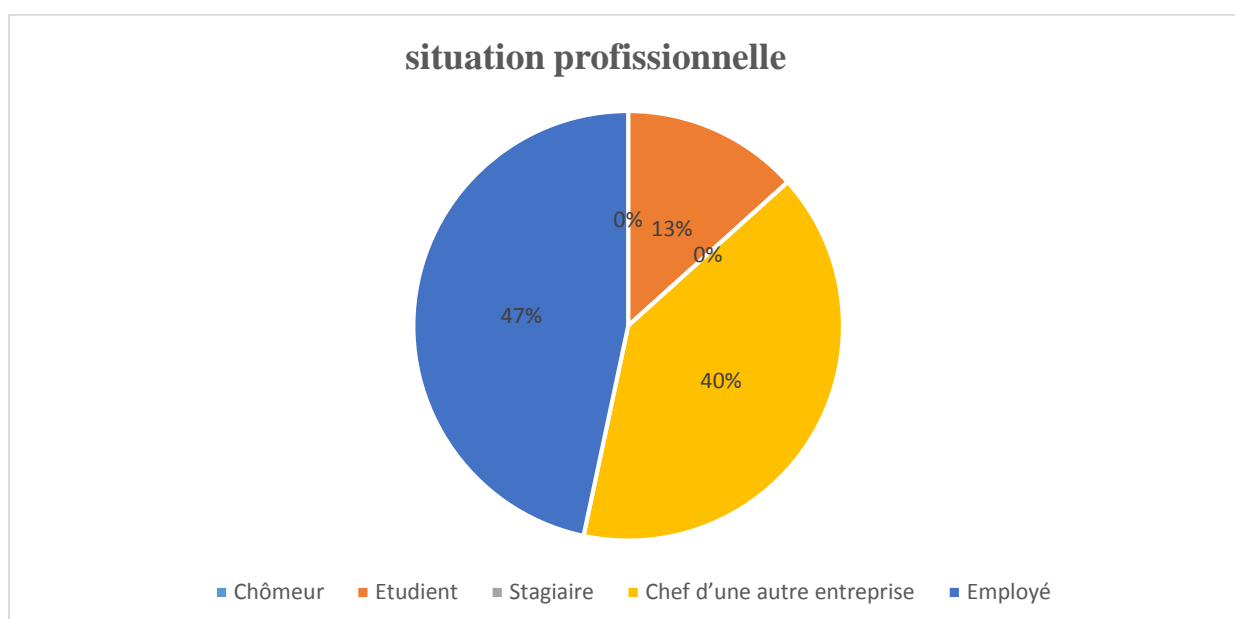
- Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.

**Tableau N°19 : Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.**

Situation professionnelle	Nombre	Pourcentage
Chômeur	00	00%
Etudiant	02	13.33%
Stagiaire	00	00%
Chef d'une autre entreprise	06	40%
Employé	07	46.66%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°10 : Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.**



## **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Pour ce qui est de la situation professionnelle des entrepreneurs avant la création de leurs Agence de voyages on constate que (47%)ont été des employés, (40%)des chefs dans d'autres entreprises, et (13%)ont été des étudiants.

### **3.2.3.2. Financement et croissance.**

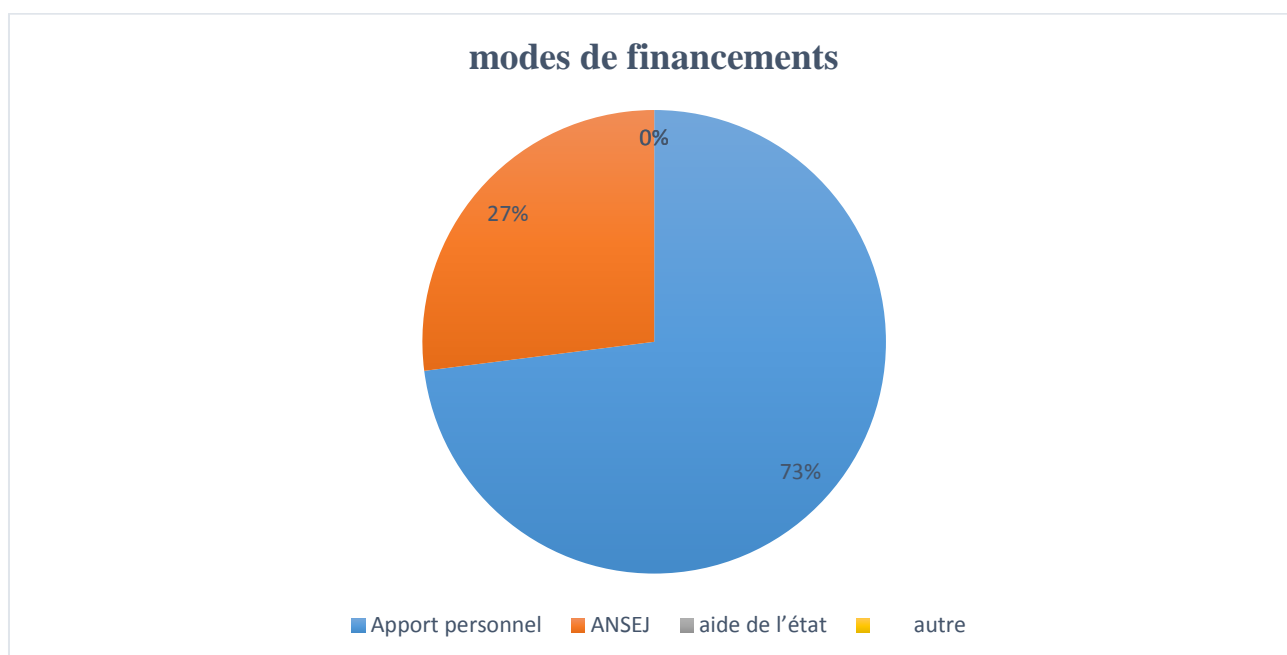
#### **- Modes de financement.**

**Tableau N°20 : modes de financement des Agences de voyage et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.**

<b>Modes de financement</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Apport personnel</b>	11	73%
<b>ANSEJ</b>	04	27%
<b>Aide de l'Etat</b>	00	0%
<b>Autres</b>	00	0%
<b>Total</b>	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des réponses du questionnaire

**Figure N°11 :Modes de financement des Agences de voyage et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

La majorité des Agences de voyages qui font partie de notre échantillon affirment à (73%) qu'ils ont créé leurs agences à partir de leur apport personnel, alors que (27%) sont financés par le dispositif ANSEJ, tandis qu'on remarque que ces Agences n'ont pas fait appel aux aides de l'état ni a aucun autre mode de financement.

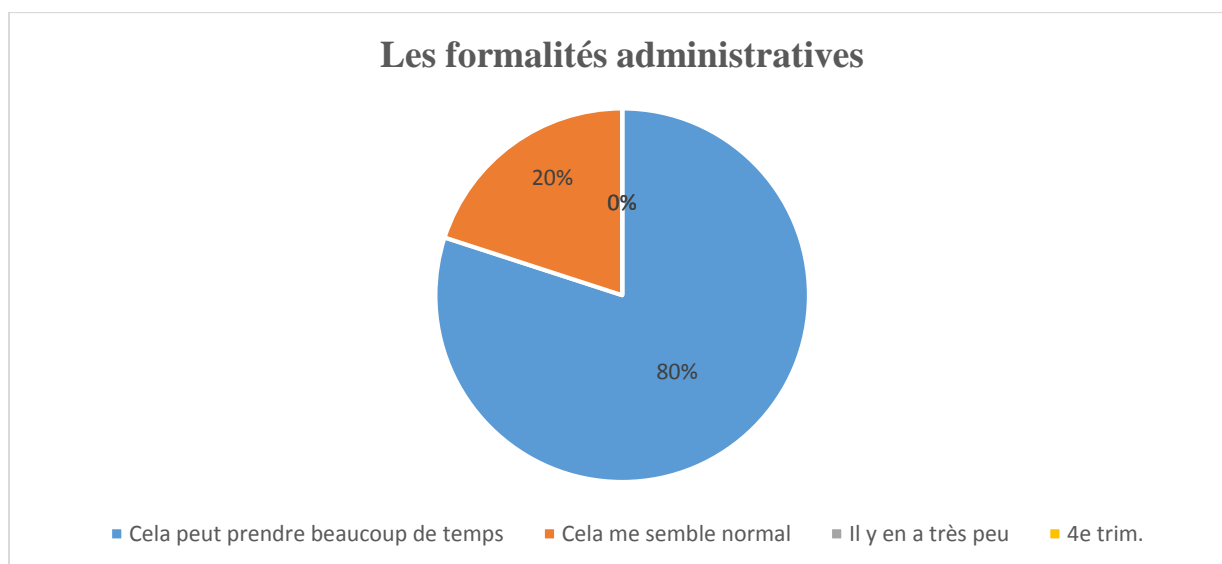
**-Les formalités administratives liées à la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.**

**Tableau N°21 : Les formalités administratives liées à la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.**

Réponses	Nombre	Pourcentage
Cela peut prendre beaucoup de temps	12	80%
Cela me semble normal	03	20%
Il y en a très peu	00	0%
<b>TOTAL</b>	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°12 : Les formalités administratives liées à la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

---

D'après les résultats de notre enquête, un nombre important de gérant d'agence de voyage et de tourisme (80%) ont répondu que les formalités administratives prennent beaucoup de temps pendant la création de l'agence, le reste (20%) trouve que cela semble normal.

- On note aussi, que les Agences de voyage et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ ont répondu que les formalités administratives prennent beaucoup de temps.

#### **- Les agences de voyage et du tourisme qui ont fait appel à des financements publics visant à soutenir la création de leur agence.**

Concernant cette question, quatre (4) Agences parmi les quinze (15) faisant partie de notre échantillon ont bénéficié de l'aide du dispositif ANSEJ.

#### **- Le temps d'obtention des aides.**

Les agences de voyage et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ, au nombre de quatre (4) concernant notre enquête, ont répondu que sa leur a pris une période d'une année.

#### **- La satisfaction du temps de l'obtention des aides.**

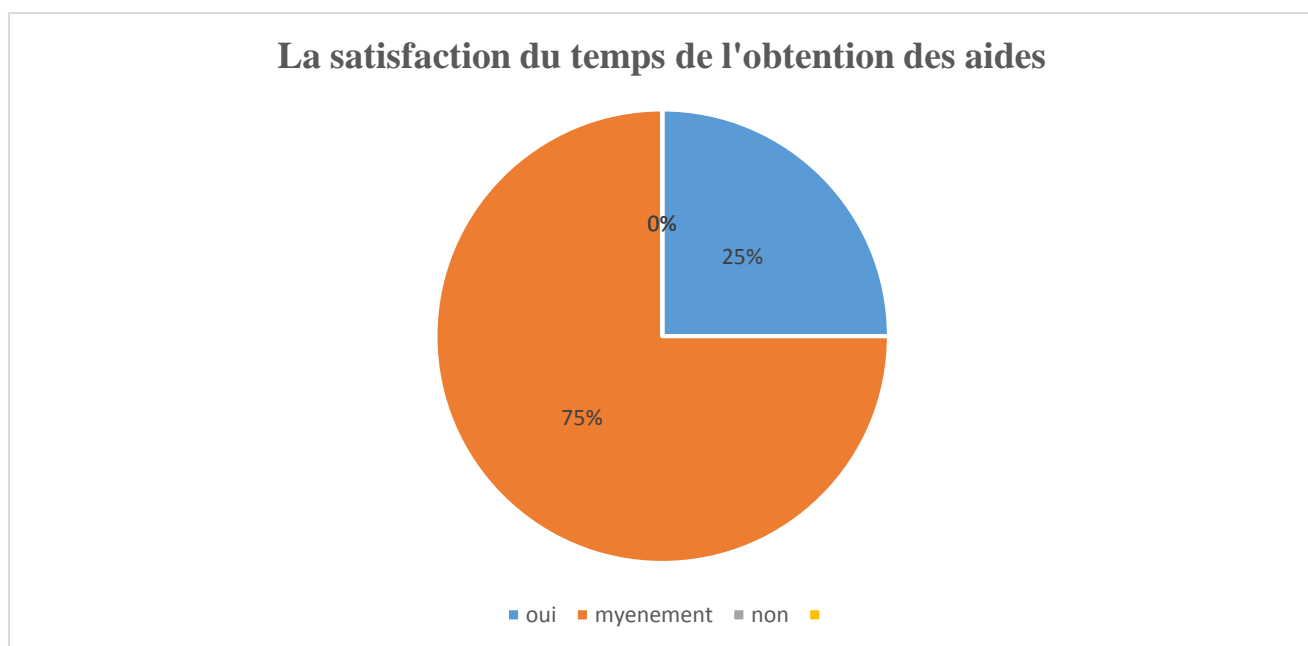
**Tableau N°22 : La satisfaction du temps de l'obtention des aides.**

<b>Réponses</b>	<b>Nombre</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>oui</b>	1	25%
<b>Moyennement</b>	3	75%
<b>non</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	4	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

#### **Figure N°13 : La satisfaction du temps de l'obtention des aides.**

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

On constate que la majorité des Agences de voyage et du tourisme financé par l'ANSEJ (75%) sont moyennement satisfaites du temps de l'obtention des aides, par contre (25%) sont très satisfaites du temps de l'obtention des aides.

**-la guidance en termes d'accompagnement et de conseil effectué par l'ANSEJ au cours de la création de l'Agence de voyage et du tourisme.**

Toutes les Agences de voyage et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ au nombre de **quatre (4)** concernant notre enquête, ont répondu oui, ils ont été suffisamment bien guidés par l'ANSEJ au cours de la création de leurs Agence de voyage et du tourisme en terme d'accompagnement et de conseils.

**-La satisfaction des apports de l'ANSEJ a la création de l'Agence de voyage et du tourisme.**

**Tableau N°23 : La satisfaction des apports de l'ANSEJ a la création de l'Agence de voyage et du tourisme.**

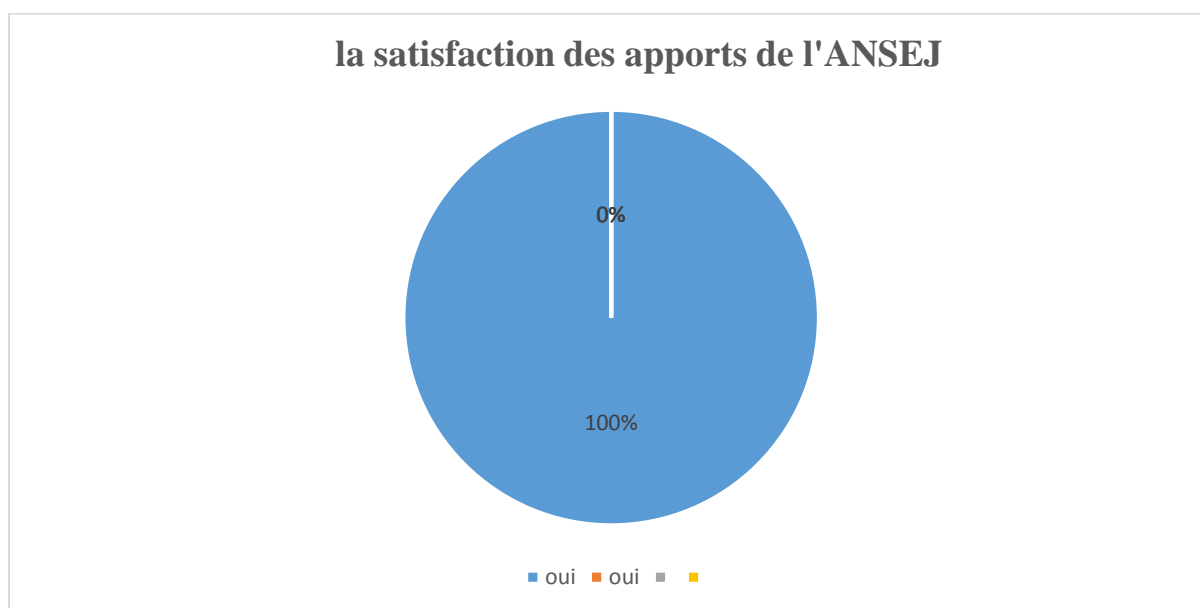
Réponses	Nombre	Pourcentage
oui	4	100%

### *Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique*

<b>non</b>	0	0%
<b>TOTAL</b>	4	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

**Figure N°14:La satisfaction des apports de l'ANSEJ a la création de l'Agence de voyage et du tourisme.**



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Toutes les Agences de voyage et du tourisme financé par l'ANSEJ au nombre de **quatre (4)** concernant notre enquête sont satisfaites des apports de l'ANSEJ à la création d'entreprise à **(100%)**.

### Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique

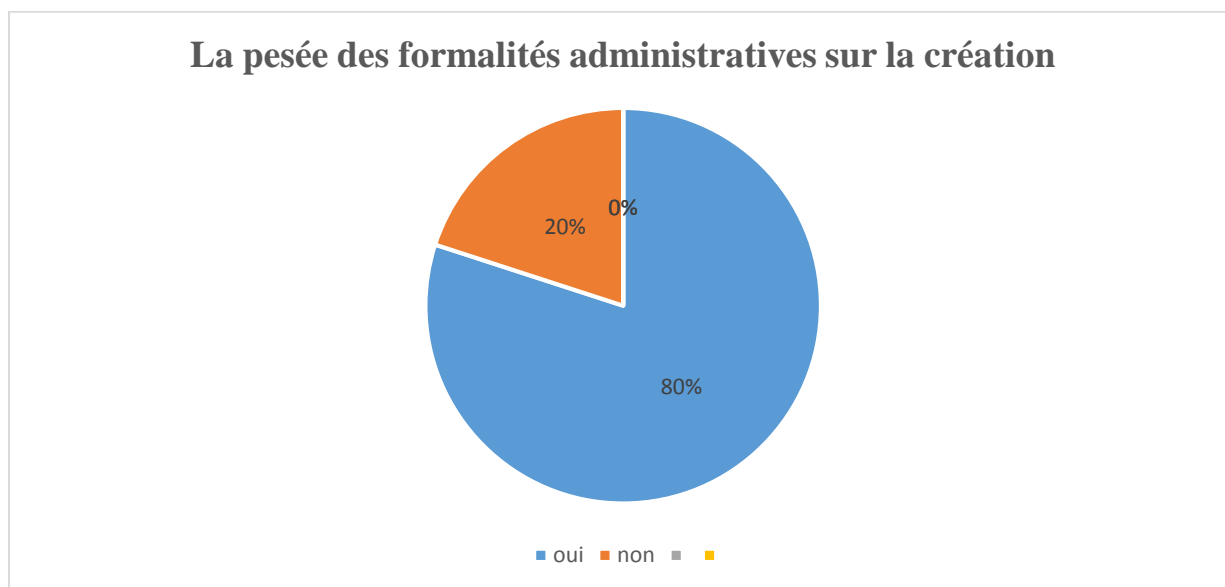
-la pesée des formalités administratives sur la création de l'Agence de voyage et du tourisme.

Tableau N°24: la pesée des formalités administratives sur la création de l'Agence de voyage et du tourisme.

Réponses	Nombre	Pourcentage
oui	12	80%
non	3	20%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Figure N°15 : la pesée des formalités administratives sur la création de l'Agence de voyage et du tourisme.



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

D'après les résultats de notre enquête un nombre important d'agences de voyages et du tourisme interrogées, (80%) trouvent que les formalités administratives représentent un frein à la création d'entreprise, seulement (20%) constate que les formalités administratives ne représentent pas un frein à la création d'entreprise.

### Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique

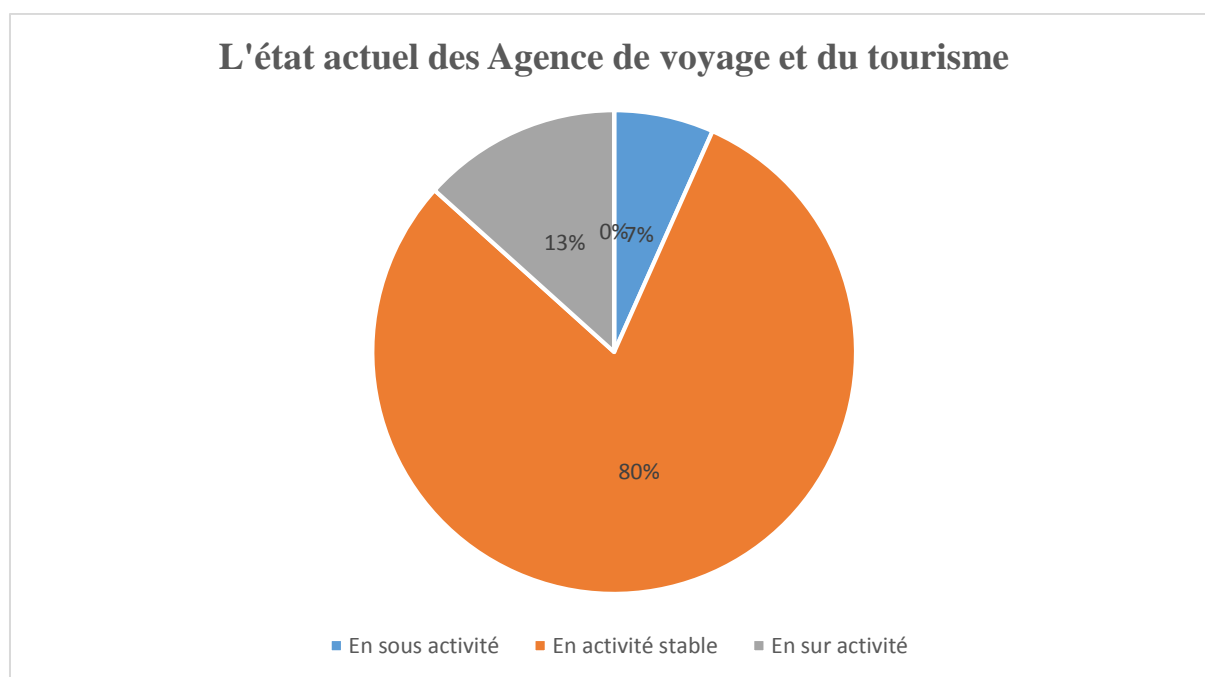
- L'état actuel des Agences de voyage et du tourisme.

Tableau N°25 : L'état actuel des Agences de voyage et du tourisme.

Réponses	Nombre	Pourcentage
En sous activité	1	6.67%
En activité stable	12	80%
En sur activité	2	13.33%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Figure N°16 :état des agences de voyages et du tourisme.



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

La majorité des Agence de voyage et du tourisme que comportait notre échantillon (**80%**) ont déclaré qu'elles sont en activités stable, (**13%**) d'entre elles sont en sur activité et (**7%**) en sous activité.

- Onnote aussi que les Agence de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ ont déclaré qu'elles été en activité stable.

## Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique

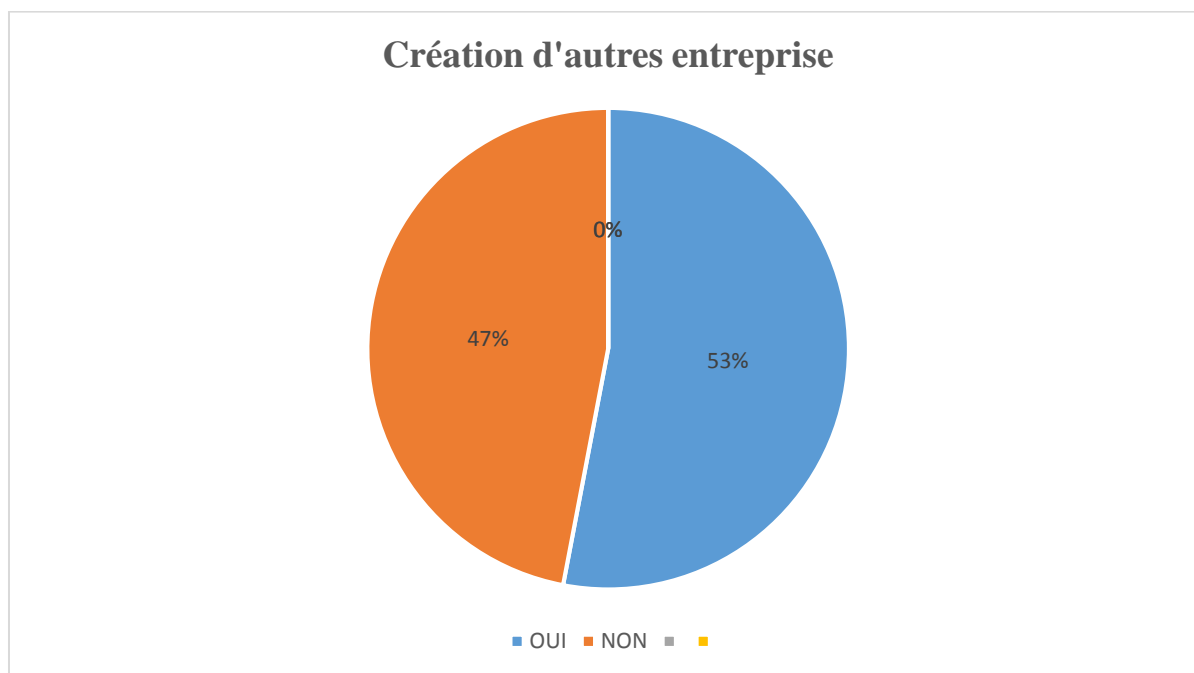
-Création d'autres entreprises.

Tableau N°26 : Création d'autres entreprises.

Réponses	Nombre	Pourcentage
Oui	08	53%
Non	07	47%
TOTAL	15	100%

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Figure N°17 :Création de d'autres entreprises.



Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

Plus de la moitié, à(53%)des Agences de voyages et du tourisme qu'on a interrogé affirment qu'elles pensent créer d'autres entreprises à terme, par contre les (47%) restantes ont affirmé le contraire.

- On note aussi que les Agences de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ ont répondu qu'elles pensent créer d'autres entreprises à terme.

### **3.3. Interprétations des résultats**

Après avoir traité et analysé les résultats on constate que :

**-Le nombre de micro-entreprises de service financé par le dispositif ANSEJ au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou est supérieur au nombre de micro-entreprises touristique financés par ce dispositif :**

Donc on peut dire que les porteurs de projet qui cherche un financement ANSEJ préfèrent investir dans d'autres secteurs que le secteur du tourisme a cause :

- De l'existence de plusieurs freins qui bloque les investisseurs dans ce secteur d'activités.
- Le manque de compétences dans ce secteur.
- Le manque de l'offre et la demande touristique au niveau locale.
- Le secteur touristique au niveau local n'est pas considéré comme étant un secteur fiable dans l'économie.
- Manque d'infrastructures pour accueillir des investissements touristiques.

**-Un nombre important de gérants d'Agences de voyage et du tourisme ont affirmé que les procédures administratives représentent un frein à la création d'entreprise :**

Parmi elles on trouve :

- La lenteur de la procédure administrative.
- Le nombre important de papier administratif.
- La bureaucratie aux niveaux des administrations.
- Difficulté de trouver un nom pour l'agence.
- La dure des procédures peut entrainer l'abandon du projet.
- La lenteur du traitement des dossiers.

### ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

**- la majeure partie des Agences interrogées ont été créées avec un apport personnel, et un nombre limité ont été créées dans le cadre du dispositif ANSEJ.**

Donc les porteurs de projet touristique préfèrent créer leurs entreprises par des fonds personnels que de faire appel à des aides de l'état à cause de :

- La limite des types de projets de tourisme financés par le dispositif ANSEJ.
- La lenteur des procédures administratives liées à la création d'entreprises.
- La lenteur d'obtention des aides financières.

**-les gérants d'Agence de voyage et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ sont satisfaits des apports de ce dispositif et sont suffisamment bien guidés ou accompagnés au cours de la création de leurs entreprises en termes d'accompagnement et de conseils.**

Donc le dispositif ANSEJ incite à la création de micro-entreprises dans le domaine du tourisme à travers :

- Une formation suivie par le promoteur sur les techniques de gestion de la micro-entreprise assurée en interne par les formateurs de l'ANSEJ.
- Un prêt non rémunéré.
- Un prêt non rémunéré supplémentaire si nécessaire, pour le financement triangulaire.
- Un taux d'intérêt bancaire bonifié à **100%**.
- Une exonération totale de l'Impôt Forfaitaire Unique (IFU) ou de l'imposition d'après le régime du bénéfice réel, pour une période de **03 ans, 06 ans ou 10 ans**, selon le lieu de l'implantation du projet.

**-Parmi les Conseils donnés pour les entrepreneurs à la recherche d'un financement pour la création de leur entreprise on peut citer :**

- Avoir des idées nouvelles afin d'obtenir des financements.
- Un prêt bancaire ou un financement privé.
- Se rapprocher du service de l'ANSEJ.
- De bien faire l'étude du marché avant de se lancer dans la création du projet.

### ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

- De bien choisir le projet et l'endroit avant le financement.
- Avoir un bon projet, et bien étudier l'offre.

#### **- pour améliorer le climat d'investissement dans les domaines touristiques au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou il faut :**

- S'investir dans le domaine du tourisme local.
- En premier lieu, l'ouverture du domaine touristique en Algérie en générale après à Tizi Ouzou
- Donner plus d'importance au secteur touristique.
- L'aménagement des structures hôtelières répondant aux termes internationaux et se mettre comme concurrent aux pays voisins.
- Mise en place des moyens humains et financiers.
- Création des plateformes de réservation avant la création d'Agence de voyage et du tourisme.
- Le professionnalisme dans le domaine du tourisme.
- Faciliter les formalités administratives pour encourager les investissements dans le domaine touristique.
- 

#### **3.4. Impacts du dispositif de soutien ANSEJ sur la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi- Ouzou**

### **Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

**Tableau N°27 : Impacts du dispositif de soutien ANSEJ sur la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou**

<b>Impacts positives</b>	<b>limites</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encourage la Création de micro-entreprises touristique.</li> <li>- La réduction du taux de chômage à travers la Création de postes d'emplois dans le secteur touristique.</li> <li>- L'orientation sur la formulation de l'idée de projet, ainsi que le suivi dès le démarrage de l'activité.</li> <li>- Une formation suivie par le promoteur sur les techniques de gestion de la micro-entreprise assurée en interne par les formateurs de l'ANSEJ.</li> <li>- Accompagnement du porteur du projet du début jusqu'à l'obtention de financement.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La limite des types de projets de tourisme finançables par le dispositif ANSEJ.</li> <li>- Lenteur d'obtention des aides qui mène le créateur a abandonné son projet.</li> <li>- La complexité et la lenteur des papiers administratifs qui sont un obstacle pour le porteur de projet.</li> </ul>

Source : établie par nous-même à partir des résultats de l'enquête

## ***Chapitre III ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique***

---

### **Conclusion**

Durant ce chapitre nous avons constaté que les pouvoirs publics veillent sur la création des entreprises et surtout leurs gestions, et le suivis en matière d'accompagnement et d'orientation, ce qui fait une création de la richesse et de l'emploi et tout ça par l'intermédiaire de dispositif ANSEJ qui a une grande importance dans le développement et la promotion des projet et activité au niveau local.

On a constaté aussi que l'investissement touristique au niveau local souffre, de manque d'infrastructures pour accueillir des investissements, qui rend très difficile le processus de création d'entreprises dans ce secteur par rapport ou autres secteurs d'activité.

## ***Conclusion générale***

---

Nous arrivons au terme de notre mémoire, où nous avons tenté de répondre au mieux à notre problématique consistant à déterminer l'impact de soutien du dispositif ANSEJ à la création de l'activité dans le secteur touristique de la wilaya de Tizi Ouzou et plus particulièrement en relation avec l'activité des Agence de voyage et du tourisme.

L'Algérie est riche de nombreuses potentialités touristiques tant naturelles, culturelles qu'économiques. Ce riche potentiel inégalement distribué sur le territoire national, lui confère toutefois des possibilités de développer plusieurs formes du tourisme. Malheureusement, en dépit de toutes ces dotations, l'activité touristique Algérienne demeure plutôt sous l'ornière, voilà qui nécessite une attention particulière et interpelle vivement à une reconsidération pour cette activité

Parmi ces régions on trouve la wilaya de Tizi Ouzou qui dispose elle-même des ressources touristiques importantes et des destinations remarquables encore mal et peu connues. Sa position géographique lui procure des atouts et des avantages comparatifs par rapport aux autres régions ou wilayas du pays, toutes les zones ou parties de la wilaya offrent des circuits touristiques avec comme thèmes principaux la mer, la montagne du Djurdjura, l'artisanat et les sites archéologiques et Historiques.

Donc le tourisme peut être considéré comme un moteur de développement à travers ses différents effets socio-économiques, c'est pour ça que l'état a met en place des institutions et des dispositifs ayant pour objectif de soutenir et d'encadrer l'activité touristique. Comme l'exemple du dispositif ANSEJ qui a un rôle très important dans la création des microentreprises mais aussi l'accompagnement des promoteurs dans la gestion de ces microentreprises.

Concernant notre travail, on a pris les Agences de voyage et du tourisme comme échantillon d'étude, vu que c'est la seule activité touristique financée par le dispositif ANSEJ dans le domaine du tourisme à la wilaya de Tizi Ouzou, et après avoir effectué une enquête à leur niveau à travers un questionnaire on a constaté que le nombre d'entreprises touristiques créer dans le cadre de ce dispositif est vraiment très insuffisant par rapport au nombre d'entreprises financés par un autre moyen de financement et que ce dispositif a financé plus de projets dans d'autres secteur que le secteur touristique

## ***Conclusion générale***

---

Tout ça est dû à la limite des types de projets du tourisme finançables par le dispositif ANSEJ, la lenteur des procédures administratives liées à la création de microentreprise, la lenteur d'obtention des aides financiers, et le plus important c'est que le secteur du tourisme est négligé au niveau local.

Pour faire face à ces limites et développer le secteur touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou il faut :

- Envisager un développement touristique axé sur la valorisation des potentialités locales.
- Avoir Une politique d'aménagement territorial de l'offre touristique garante de la diffusion des bénéfices du touristique et de développement socio-économique de toute la région.
- Avoir une gouvernance renouvelée par la mise en place d'un schéma institutionnel pour une régulation dynamique, associant l'ensemble des acteurs du secteur.
- L'adoption d'un modèle spécifique du tourisme durable qui soit attractif et compétitif, assurant la préservation des ressources, l'authenticité socioculturelle et le développement du bien-être des communautés d'accueil.
- L'activation effective de tous les instruments du développement touristique.
- Faciliter les formalités administratives pour encourager les investissements dans le domaine touristique.

Il faut noter aussi que malgré le nombre limité d'Agence de voyages et du tourisme financés par le dispositif ANSEJ, leurs gérants sont satisfaits des apports de ce dispositif en matière d'accompagnement et de soutien, et il invite les nouveaux porteurs de projet à se rapprocher de l'ANSEJ pour le financement de leurs micros entreprises.

## **1. Ouvrages**

- François Vellas, « Economie et politique du tourisme international », *Economica*, (2002), P 94.
- Guibilato-Gerard, *Economie touristique*, édition Delta & SPES. (1983), P 91.
- G. TOCQUER : « marketing du tourisme », 2<sup>ème</sup> édition de Gaetan Morin, Europe, (1999), P 153.
- PY Pierre, *Le tourisme, Un phénomène économique*, La documentation française, Paris (2000), P. 100.
- Pierre.Py, *Droit du tourisme*, Editions Dalloz, Paris, 2002, P 02
- Robert Lanquar : « *l'économie du tourisme* » ; Que sais-je ? 1994, P 46.
- Jean Michel Hoerner, « géographie de l'industrie touristique », édition : Ellipse, 1997, P 16.
- M. Donsimoniet M. Kemmar : « Les bijoutiers d'Ath Yenni », édition Acha, PP 35- 36
- J. MORIZOT : « les kabyles, propos d'un témoin », Edition Le Harmattan, 2001, P 26..
- Sadouni rouchdi et chebout salim, *l'écotourisme une opportunité pour le tourisme algérien cas du parc d'el kala, wilaya de Taref* PP 25, 27

## **2. Thèses et Mémoires**

- Mémoire de master *Le tourisme comme facteur de développement durable : enjeux et perspectives* Cas : wilaya de Tizi-Ouzou PP.50.51
- « *Artisanat et Tourisme en kabyle cas : la Poterie à matkas, la Tapisserie à Ath Hichem* » ; Mémoire ; promotion 2008, P 25
- *Les traditions et les coutumes kabyles* » ; Mémoire de fin d'étude ; Tizi-Ouzou, promotion 2002.
- Wafaa Nasser, « *Développement Local, construction territorial et tourisme : le cas du Liban* », *Economies and finances*, Université de Grenoble, (2011). French. P 17.

## **3. Rapports et documents administratifs**

- Rapport du CNES,
- Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture 2009.
- Rapport de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement, Genève.
- Actes des Assises Nationales de la PME, Rapport du Ministère de la Petite et Moyenne Entreprise et de l'Artisanat, 2004.

- Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture, 2009.
- Guide de création de la microentreprise.
- Guide fiscal de l'investisseur en Algérie juillet 2019.
- Recueil des textes législatifs et réglementaires, dispositif ANSEJ, P 4
- Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

## **4. Journal**

Journal officiel n°55 du 20 septembre 2001

## **5. Sites internet**

- [http// www.mta.gov.dz](http://www.mta.gov.dz).
- [www.unwto.org/fr/content/propos-de-l-omt](http://www.unwto.org/fr/content/propos-de-l-omt).
- <http://www.mlkmuggio.gov.it/sites/default/files/risorse-didattiche/le-tourisme.pdf>.
- [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
- <http://www.aniref.dz/monographies/ar/tiziouzou.pdf>.
- <http://www.mdipi.gov.dz/?L-ANDI> .
- <http://www.mdipi.gov.dz/?CNAC>
- <http://www.mdipi.gov.dz/?ANGEM>.
- <http://www.mdipi.gov.dz/?ANSEJ>
- <https://www.algerie-eco.com/author/arezki>.
- <https://www.anthedesign.fr/communication-2/agence-de-communication>.
- <https://www.anthedesign.fr/communication-2/agence-de-publicite/>.
- <https://www.documentissime.fr/dossiers-droit-pratique/dossier-156-la-responsabilite-des-agences-de-voyages>

*Liste des tableaux*

---

<b>N° du tableau</b>	<b>Nom du tableau</b>	<b>Page du tableau</b>
<b>01</b>	<b>Les lits programmés en fonction des types de stations</b>	<b>09</b>
<b>02</b>	<b>L'évaluation de la balance touristique (million de dollars)</b>	<b>20</b>
<b>03</b>	<b>Evolution de l'emploi dans la branche hôtels, restaurants, cafés. (Unité : 102 emplois)</b>	<b>21</b>
<b>04</b>	<b>Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB (%)</b>	<b>21</b>
<b>05</b>	<b>Impacts positive et négative du tourisme</b>	<b>23</b>
<b>06</b>	<b>Les festivals de la wilaya de TO</b>	<b>38</b>
<b>07</b>	<b>Le patrimoine archéologique et historique de la wilaya de Tizi-Ouzou</b>	<b>39</b>
<b>08</b>	<b>Liste des établissent hôteliers dans la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>46</b>
<b>09</b>	<b>Les arrivées et les nuitées dans l'établissement hôtelier dans la willaya de Tizi Ouzou</b>	<b>48</b>
<b>10</b>	<b>Parc hôtelier en activité (2017, 2018,2019)</b>	<b>49</b>
<b>11</b>	<b>Agence de tourisme et de voyage (Tizi Ouzou)</b>	<b>50</b>
<b>12</b>	<b>Activités des agence de tourisme et de voyage (2015,2016, 2017,2018)</b>	<b>52</b>
<b>13</b>	<b>Répartition des ZET dans la willaya de Tizi Ouzou</b>	<b>53</b>
<b>14</b>	<b>Répartition des ZET de montagne de la willaya de Tizi Ouzou</b>	<b>54</b>

## *Liste des tableaux*

---

<b>15</b>	<b>Forme juridique des agences de voyage et du tourisme de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>86</b>
<b>16</b>	<b>Le sexe du gérant des agence de voyage et du tourisme de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>87</b>
<b>17</b>	<b>Age du gérant des agence de voyage et du tourisme de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>88</b>
<b>18</b>	<b>Niveau d’instruction du gérant des agence de voyage et du tourisme de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>89</b>
<b>19</b>	<b>Situation professionnelle de l’entrepreneur avant la création de l’agence de voyage et de tourisme</b>	<b>90</b>
<b>20</b>	<b>Modes de financement des agences de voyage et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>91</b>
<b>21</b>	<b>Les formalités administratives liées à la création de l’Agence de voyage et du Tourisme.</b>	<b>92</b>
<b>22</b>	<b>La satisfaction du temps de l’obtention des aides.</b>	<b>93</b>
<b>23</b>	<b>La satisfaction des apports de l’ANSEJ a la création de l’Agence de voyage et du tourisme.</b>	<b>94</b>
<b>24</b>	<b>La pesée des formalités administratives sur la création de l’Agence de voyage et du tourisme.</b>	<b>95</b>
<b>25</b>	<b>L’état actuel des Agences de voyage et du tourisme</b>	<b>96</b>
<b>26</b>	<b>Création d’autres entreprises.</b>	<b>97</b>
<b>27</b>	<b>Impacts du dispositif de soutien ANSEJ sur la création de l’activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	<b>102</b>

## *Liste des figures*

---

<b>N° de figure</b>	<b>Nom de la figure</b>	<b>Page de la figure</b>
<b>01</b>	<b>organigramme de l'ANSEJ.</b>	<b>63</b>
<b>02</b>	<b>Agences de communication financée par l'ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou.</b>	<b>80</b>
<b>03</b>	<b>Agences de publicité financée par L'ANSEJ au niveau de TIZI OUZOU.</b>	<b>81</b>
<b>04</b>	<b>Agences de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ au niveau de TIZI OUZOU.</b>	<b>82</b>
<b>05</b>	<b>Comparaison entre agences de communication, agences de publicité et agences de voyage et du tourisme financés par l'ANSEJ.</b>	<b>83</b>
<b>06</b>	<b>Forme juridique des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.</b>	<b>86</b>
<b>07</b>	<b>Le sexe du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.</b>	<b>87</b>
<b>08</b>	<b>Age du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.</b>	<b>88</b>
<b>09</b>	<b>Niveau d'instruction du gérant des Agences de voyages et du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.</b>	<b>89</b>
<b>10</b>	<b>Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.</b>	<b>90</b>
<b>11</b>	<b>Modes de financement des Agences de voyage et du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.</b>	<b>91</b>

### *Liste des figures*

---

<b>12</b>	<b>Les formalités administratives liées à la création de l'Agence de voyage et du Tourisme.</b>	<b>92</b>
<b>13</b>	<b>La satisfaction du temps de l'obtention des aides.</b>	<b>93</b>
<b>14</b>	<b>La satisfaction des apports de l'ANSEJ a la création de l'Agence de voyage et du tourisme.</b>	<b>95</b>
<b>15</b>	<b>la pesée des formalités administratives sur la création de l'Agence de voyage et du tourisme.</b>	<b>96</b>
<b>16</b>	<b>L'état actuel des agences de voyages et du tourisme.</b>	<b>97</b>
<b>17</b>	<b>Création d'autres entreprises.</b>	<b>98</b>

Depuis la création au 31/12/2018

ÉTIQUETTE DE LIGNES	NOMBRE DE NB-DOSS	SOMME DE NB-EMPLOIS
<b>Féminin</b>	<b>26</b>	<b>51</b>
<b>AGENCE DE COMMUNICATION</b>	<b>12</b>	<b>24</b>
2001	1	2
2005	1	2
2006	1	2
2008	1	2
2012	1	2
2013	1	4
2014	2	2
2015	1	4
2016	2	1
2018	1	3
<b>AGENCE DE PUBLICITE</b>	<b>14</b>	<b>27</b>
2004	1	1
2005	2	2
2006	2	4
2007	2	4
2008	1	4
2009	2	5
2013	1	1
2014	2	4
2015	1	2
<b>Masculin</b>	<b>101</b>	<b>209</b>
<b>AGENCE DE COMMUNICATION</b>	<b>63</b>	<b>132</b>
2002	1	1
2003	2	2
2004	3	3
2005	1	2
2006	3	3
2007	3	5
2008	4	9
2009	9	19
2010	2	4
2011	4	10
2012	2	5
2013	4	7
2014	8	19
2015	4	9
2016	4	10
2017	4	11
2018	5	13
<b>AGENCE DE PUBLICITE</b>	<b>33</b>	<b>64</b>
1999	1	3
2001	2	2
2003	3	5
2004	2	2
2005	4	9
2006	2	2
2007	3	8
2008	1	2
2009	2	4
2011	2	4
2012	2	5
2013	3	7
2014	3	4
2015	1	2
2017	1	2
2018	3	7
<b>AGENCE DE VOYAGE</b>	<b>5</b>	<b>13</b>
2005	1	5
2006	1	1
2013	1	3
2017	1	4
<b>TOTAL</b>	<b>127</b>	<b>260</b>

**Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou**

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

**Département : Sciences commerciales**

**Master : Marketing Hôtelier et touristique**

**Questionnaire**

Dans le cadre d'une étude pour notre Mémoire de fin de cycle « **Master Marketing hôtelier et touristique** » qui a pour thème « **l'impact du dispositif de soutien ANSEJ à la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou** », nous vous prions Monsieur/Madame de répondre aux questions ci-dessous, nous vous remercions pour votre précieuse aide pour la finalisation de cette étude.

**Identification**

**1. Forme juridique de l'entreprise**

-SPA

-EURL

-SNC

-SARL

**2. Année de début d'activité**

Mois.....Année.....

**3. La taille de l'entreprise selon les catégories suivantes :**

Micro entreprise (1 à 9 Salariés)

Petite entreprise (10 à45 Salariés)

Moyenne entreprise (45 à 250 Salariés)

Grande entreprise (251 à 1000 Salarié)

**4. Nombres d'employés de l'entreprise**

.....

### 5. Le Sexe du gérant

Masculin

Féminin

### 6. Age du gérant

Moins de 20 ans

20 à 30 ans

31 à 45ans

Plus 45ans

### 7. Niveau d'instruction

Lycée

Universitaire

Formation professionnel

### 8. Situation professionnelle de l'entrepreneur avant la création de l'entreprise :

Chômeur

Etudiant

Stagiaire

Chef d'une autre entreprise

Employé

### Financement et croissance.

#### 9. A la création de l'entreprise quel était le principal mode de financement ?

-Apport personnel

- Bancaire ANSEJ

-Aide de l'état

-Autre

**10. Que pensez-vous des formalités administratives liées à la création de votre entreprise ?**

-Cela peut prendre beaucoup de temps

-Cela me semble normal

-Il y en a très peu

**Si vous avez fait appel à des financements publics visant à soutenir la création d'entreprise.**

**11. Quel été le temps d'obtention des aides. ?**

.....

**12. Etes-vous satisfait de ce temps d'obtention ?**

-Oui

-Moyennement

-Non

**13. Pensez-vous avoir été suffisamment bien guidée par l'ANSEJ au cours de la création de votre entreprise en termes d'accompagnement, et des conseils etc.... ?**

.....

**14. Etes-vous satisfait des apports de l'ANSEJ à la création d'entreprise. ?**

-Oui

-Non

**15. D'après votre expérience qu'est ce qui peut représenter un frein à la création d'entreprise**

.....

**16. Selon vous les formalités administratives peuvent-elle représenter un frein à la création d'entreprise. ?**

-oui

-non

**17. Si oui lesquelles ?**

.....

**18. Votre entreprise est actuellement ?**

-En sous activité

-En activité stable

-En sur activité

**19. Pensez-vous créer d'autre entreprise à terme ?**

-Oui

-Non

**20. Que conseillez-vous à un entrepreneur à la recherche de financement afin de créer son entreprise ?**

.....

**21. quelles solutions préconisez-vous pour améliorer le climat d'investissement dans les domaines touristiques au niveau de Tizi Ouzou**

.....  
.....

**Votre mot de la fin**

.....  
.....  
.....

# Table des matières

*Remerciement*

*Dédicace*

*Liste des abréviations*

*Sommaire*

**Introduction générale..... 1**

## **Chapitre1 : tourisme en Algérie état des lieux**

Introduction .....	7
<b>Section 01 : Les politiques de développement du secteur du tourisme en Algérie Depuis l'indépendance.....</b>	<b>7</b>
1.1 La première phase : l'élaboration et l'évolution de la politique touristique .....	8
1.1.1 La charte du tourisme de 1966 .....	8
1.1.2 La charte nationale de 1976 .....	8
1.1.3 Les plans de développements nationaux .....	9
1.1.3.1. le plan triennal (1967-1969) .....	9
1.1.3.2. Le premier plan quadriennal (1970-1973).....	10
1.1.3.3. Le deuxième plan quadriennal (1974-1977).....	10
1.2 La deuxième phase : mise en œuvre des premières restructurations période (1980-1990).....	11
1.2.1. Le Premier plan quinquennal (1980-1984) .....	11
1.2.2. Le deuxième plan quinquennal (1985-1989).....	12
1.3. La troisième phase : Durant la période de transition (1990-2000).....	12
1.4. La quatrième phase : le tourisme dans le cadre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT 2030) .....	14
1.4.1. Zones d'Expansion Touristiques (ZET) classées par décrets exécutifs .....	15
1.4.1.1. Etudes de nouvelles de Zones d'Expansion Touristiques (ZET) proposées au classement .....	15
1.4.2. Les axes stratégiques.....	16
1.4.3. Les objectifs .....	16
1.4.4. Les mécanismes de mise en œuvre .....	17
<b>Section 02 : Le rôle socioéconomique du tourisme en Algérie .....</b>	<b>19</b>
2.1. Le rôle économique.....	19
2.1.1. Le rôle du tourisme sur la balance des paiements.....	20
2.1.2. La création des emplois dans le secteur touristique .....	20
2.1.3. Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB .....	21
2.2. Le rôle social .....	21
2.2.1. Renaissance de l'artisanat et des cérémonies traditionnelles.....	22
2.2.2. Le tourisme et l'exode rural .....	22
2.2.3. Le maintien des traditions .....	22

2.2.4. Le tourisme et l'élimination de la pauvreté.....	22
2.3. Les impact du tourisme .....	23

**Section 03 : les acteurs et les entreprises touristiques dans un territoire ..... 25**

3.1 Les tours opérateurs (TO).....	25
3.2. Les agence de voyages .....	25
3.2.1. Les agence de voyage détaillant.....	26
3.2.2. Les spécialistes de congrès et de voyage de stimulation.....	26
3.3. Les offices de tourisme .....	26
3.4 .L'organisation mondiale du tourisme (OMT) .....	27
3.5. Les communautés locales.....	27
3.6. L'Etat.....	28
3.7. Les touristes .....	28
3.8. Les prestataires de services .....	28
3.8.1 Le transport .....	29
3.8.2 L'hébergement .....	29
3.8.2.1. L'hôtellerie .....	30
3.8.2.2. Les résidences secondaires .....	30
3.8.2.3. Le time sharing .....	30
3.8.2.4. Les locations meublées .....	31
3.8.2.5. L'hébergement social .....	31
3.8.2.6. Les chambres d'hôtes .....	31
3.8.2.7. Les campings caravaning .....	31
3.8.3. La restauration.....	32
3.8.4. Conseils et assistantes en voyage .....	32
3.8.5. Le guidage .....	32
3.8.6. L'animation .....	32
Conclusion.....	33

**Chapitre II : Le secteur touristique de la wilaya de Tizi Ouzou**

Introduction .....	35
<b>Section 01 : potentialités touristique de la wilaya de Tizi Ouzou ..... 35</b>	<b>35</b>
Présentation de la wilaya de TIZI OUZOU .....	35
1.2. Potentialités naturelles de la wilaya de Tizi Ouzou .....	36
1.2.1. Le littorale .....	36
1.2.2. Montagne de Djurdjura .....	37
1.2.3. Les forets .....	37
1.3. Potentialité culturelle de la willaya de Tizi Ouzou .....	37
1.3.1. Les manifestations culturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	37
1.3.2. Le patrimoine historique de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	39
1.3.3. Le patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	40
1.3.3.1. Le patrimoine culturel immatériel .....	41

1.3.3.2. Le patrimoine culturel matériel .....	41
--	----

**Section 02 : l'activité touristique dans la willaya de Tizi Ouzou ..... 44**

2.1. Les produits touristiques de la willaya .....	44
2.1.1. Tourisme balnéaire .....	44
2.1.2. Tourisme climatique.....	44
2.1.3. Le tourisme vert .....	45
2.2. Les équipements touristiques de la willaya de Tizi Ouzou.....	45
2.2.1. Les hôtels .....	45
2.2.1.1. L'activité dans les établissements hôteliers dans la willaya du Tizi Ouzou .....	48
2.2.1.2. Situation du parc hôtelier a la wilaya de Tizi-Ouzou .....	49
2.2.2. Les agences de voyage .....	49
2.2.2.1. Activité des agences de tourisme et de voyage dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	51
2.3. Les zones d'expansion touristiques (ZET) de la willaya de Tizi Ouzou .....	52
2.3.1. Répartition des ZET dans la willaya de Tizi Ouzou .....	52
2.3.2. Les ZET de montagne de la willaya de Tizi Ouzou .....	53

**Section 03 : Les dispositifs de soutien à la création de l'activité ..... 55**

3.1. L'Agence national de développement de l'investissement(ANDI) .....	55
3.1.1. Le guichet unique de l'ANDI.....	55
3.1.2. Les missions de l'ANDI .....	56
3.2. La Caisse nationale d'assurance chômage(CNAC) .....	56
3.2.1. Avantages accordés par la CNAC .....	57
3.3. Agence nationale de gestion de micro crédit (ANGEM) .....	58
3.3.1. Les missions de l'ANGEM .....	59
3.4. L'agence national de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ) .....	59
3.4.1. Les missions de l'ANSEJ .....	60
Conclusion.....	61

**Chapitre III : ANSEJ et création de l'activité sur le secteur touristique**

Introduction .....	62
<b>Section 01 : Présentation du dispositif ANSEJ..... 62</b>	<b>62</b>
1.1. Analyse du dispositif ANSEJ .....	62
1.2. Les fondes de l'ANSEJ .....	63
1.2.1. Le fond national de soutien à l'emploi des jeunes (FNSEJ) .....	64
1.2.2 Le fonds de caution mutuelle de garantie risques/ crédits jeunes promoteurs .....	65
1.3. Démarches de la création d'entreprise .....	65
1.3.1. Recherche de l'idée .....	65
1.3.2. Elaboration du projet. ....	66
1.3.3. Le volet économique .....	66
1.3.2.2. Le volet humain. ....	66
1.3.2.3. Le volet technique. ....	66
1.3.2.4. Le volet financier .....	66

1.3.2.5. Le volet juridique .....	67
1.3.3. Montage de l'entreprise et démarrage de l'activité .....	67
1.4. Procédure de création d'une micro-entreprise dans le cadre du dispositif ANSEJ.....	67
1.4.1. Investissement de création .....	67
1.4.1.1 Conditions d'éligibilité.....	68
1.4.1.2. Montage financier .....	68
1.4.2 .Investissement d'extension .....	69
1.4.2.1 conditions d'éligibilité.....	69
1.4.2.2 les montages financiers .....	70

**Section 02 : démarches de création d'entreprise touristique (Agence de voyage) dans le cadre du dispositif ANSEJ..... 71**

2.1. Agence de voyage .....	71
2.2. Les procédures d'ouverture d'une agence de voyage dans le cadre du dispositif ANSEJ....	71
2.2.1. Les conditions d'aptitude professionnelle.....	72
2.2.2. Première phase : Demande de l'accord du principe .....	72
2.2.3. Deuxième phase : demande d'obtention de licence d'exploitation (Agrément) .....	73
2.2.3.1. Inscription.....	73
2.2.3.2. Etude du projet et plan d'affaires. ....	73
2.2.3.4. Présentation du projet au Comité de Sélection, de Validation et de Financement des projets (CSVF) .....	73
2.2.3.5. Etablissement et remise de l'attestation d'éligibilité ou de conformité .....	74
2.2.3.6. Accord bancaire.....	74
2.2.3.7. Création juridique de la micro-entreprise.....	74
2.2.3.8. Formation du promoteur.....	74
2.2.4. Troisième phase : financement du projet .....	75
2.3. Les facteurs incitant à la création des entreprises dans le domaine touristique .....	75
2.3.1. Avantages accordés par l'Etat. ....	75
2.3.2. Avantages accordés par le dispositif ANSEJ .....	76
2.3.2.1. Aides financières. ....	76
2.3.2.2. Avantages Fiscaux. ....	77
2.3.3. Avantages accordés par la direction du tourisme et de l'artisanat .....	78

**Section 03 : analyse et interprétation des résultats de l'étude ..... 79**

3.1. Comparaison entre activités touristique et activités de service financé par le dispositif ANSEJ dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	79
3.1.1. Activité des services financés par l'ANSEJ .....	79
3.1.1.1. Agences de communication .....	79
3.1.1.2. Agences de publicité. ....	81
3.1.2. Activités touristiques financées par l'ANSEJ .....	82
3.1.3. Analyse de la situation de l'investissement dans les Agences de voyage et du tourisme dans le cadre de dispositifs ANSEJ au niveau de Tizi Ouzou .....	83
3.2. Comparaison entre activités touristiques financés par l'ANSEJ et celles financés autrement dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	84

3.2.1. Présentation de la méthodologie de l'enquête.....	84
3.2.1.1. Le choix de l'approche.....	84
3.2.1.2. Le choix de l'échantillon.....	84
3.2.1.3. Taille de l'échantillon.....	84
3.2.2. L'élaboration du questionnaire.....	85
3.2.3. Présentation et traitement des résultats de l'enquête.....	85
3.2.3.1 Identification.....	86
3.2.3.2. Financement et croissance.....	91
3.3. Interprétations des résultats.....	99
3.4. Impacts du dispositif de soutien ANSEJ sur la création de l'activité dans le secteur touristique au niveau de la wilaya de Tizi- Ouzou.....	101
Conclusion.....	103

**Conclusion générale ..... 104**

**Bibliographie**

**Liste des tableaux**

**Liste des figures**

**Annexes**