

*Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche Scientifique
Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté des sciences Economiques, Commerciales
Et des Sciences de Gestion*



Mémoire de fin de cycle

*En vue de l'obtention d'un diplôme de Master en Sciences Commerciales
Option : Marketing Hôtelier et Touristique*

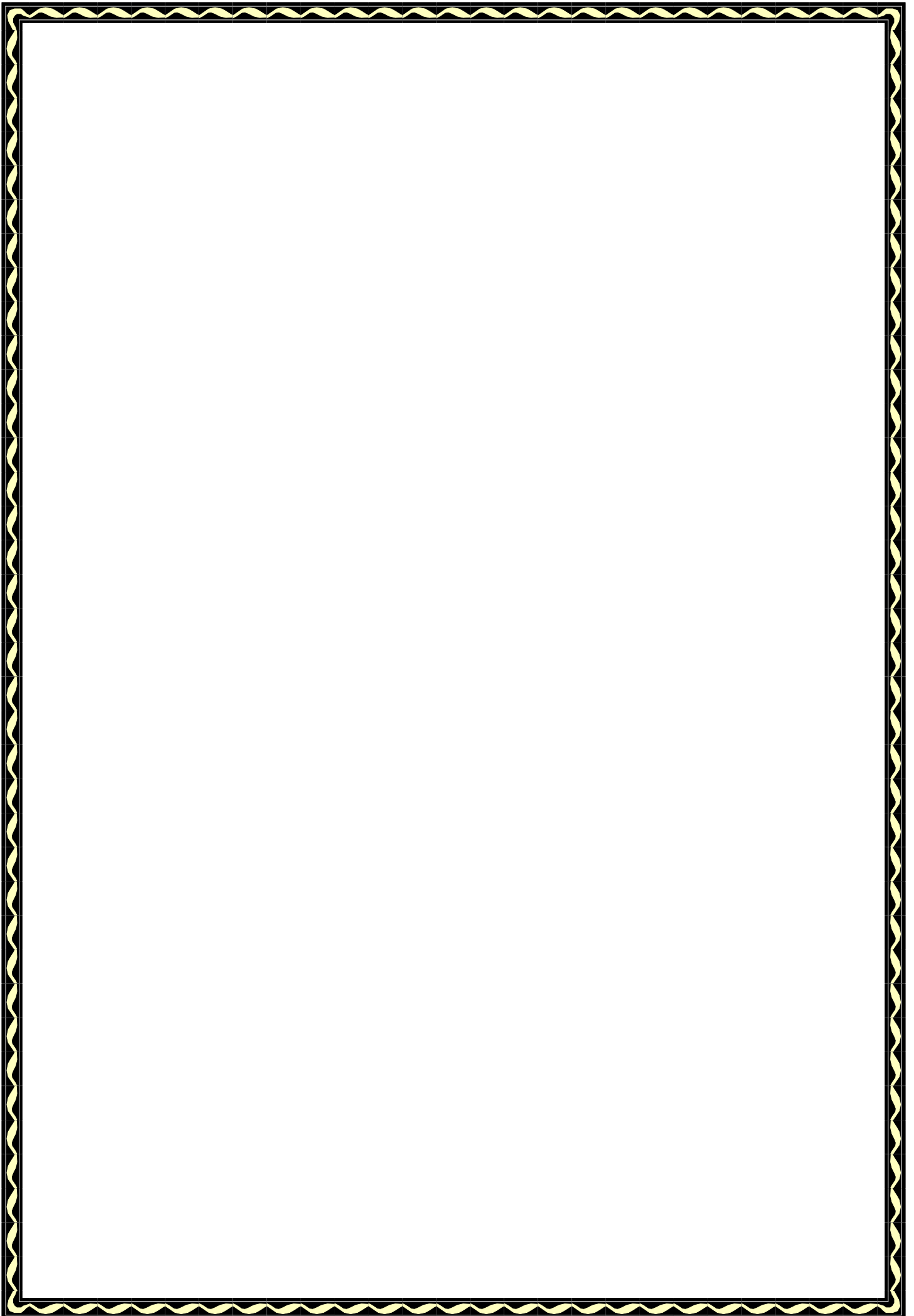
Thème

*Mise en tourisme durable d'une zone de montagne de
Tizi-Ouzou.
Cas Tikejda.*

Réalisé par :
KHERFI Loutfi
ALILI Amar

Encadré par : Mr. LAMARA Hadjou

Promotion 2019 /2020





Remerciements

Nous tenons tout d'abord et avant tout à rendre grâce à Dieu de nous avoir donné le courage et la détermination ainsi que la patience pour pouvoir franchir toutes les épreuves afin d'arriver à ce stade.

La réalisation du présent travail a été rendue possible grâce au soutien et à la contribution de plusieurs personnes que nous tenons à remercier.

Nous exprimons nos *sincères reconnaissances* et plus vifs remerciements à Mr LAMARA Hadjou, Promoteur de notre mémoire le responsable de notre spécialité, pour son encadrement, sa disponibilité, ses *conseils*, ses encouragements et ses orientations.

Nous remercions chaleureusement les membres du jury qui ont eu l'amabilité d'accepter d'évaluer notre travail.

Nous voudrions remercier également tous ceux qui ont apporté leur aide de près ou de loin et contribué à la réalisation de ce mémoire, qui fut pour nous une expérience très enrichissante.

Dédicaces

*Je dédie ce modeste travail, comme preuve de respect, de
gratitude et de reconnaissance à :*

*Mes chers parents, Aucun hommage ne pourrait être à la
hauteur de l'amour dont ils ne cessent de me combler, que
dieu leur procure bonne santé et longue vie.*

A mes frères qui m'ont soutenu de près ou de loin.

A ma chérie Amel MEFTAHI.

A mon binôme ALILI

*A mes Amis(Tahar taleb,
youcef ziani, dyhia bikdach,
dyhia chili, aziz hamadi,
lamine berkani, aissa aoudia,
djazia..)*

Loutfi

Sommaire

Introduction générale	01
Chapitre 01 : La touristification théorique et technique	
Introduction	04
Section 01 : Le tourisme	05
Section 02 : La touristification théorique	07
Section 03 : La touristification Technique	19
Conclusion	34
Chapitre 02 : La zone de montagne en Algérie	
Introduction	36
Section 01 : Le tourisme dans la zone de montagne	36
Section 02 : Les impacts et les outils de protection environnementale en zone de montagne	47
Conclusion	56
Chapitre 03 : La présentation du parc national de Djurdjura (Tikejda)	
Introduction	57
Section 01 : Présentation du parc national de Djurdjura (Tikejda)	58
Section 02 : Démarche méthodologique de la recherche et résultats d'enquête	68
Conclusion	79
Conclusion générale	81
Références bibliographiques	

Liste des illustrations

Annexe

Table des matières

Introduction Générale

Le poids du tourisme connaît une croissance régulière dans les économies nationales (développées ou non) tant en termes d'emplois, de croissance que de contribution à la balance commerciale.

Ce secteur est l'une des premières ressources en devises pour les pays émergents et/ou en développement. Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), la croissance annuelle moyenne des flux touristiques internationaux sur la période 1995-2020 serait de 4%. En 2008, l'OMT évaluait les recettes du tourisme international à 950 milliards de dollars, soit environ 5% du PIB mondial. Pour certains pays émergents fortement touristiques et peu industrialisés, ces recettes peuvent représenter jusqu'à 40% du PIB. En termes d'emplois, le tourisme représenterait entre 6 et 7% de l'emploi mondial et 10% des investissements directs étrangers (IDE).

Le tourisme est un phénomène complexe et prend plusieurs formes. L'on cite entre autre, le tourisme bleu, vert, urbain, de santé, religieux, culturel, saharien, et le tourisme de montagne. Par contre, le développement de ce dernier type a commencé avec la création des stations de ski dans les plus grands pays où les sports divers font la joie de nombreux passionnés de la montagne avec sa nature qui offre l'opportunité aux amateurs des sports de montagne de pratiquer cette activité physique et exploratrice tel que les randonnées, l'alpinisme, l'escalade, vélo, spéléologie, ski ..., et aussi les sports nautiques et aquatiques voile, sports d'eau vive, rafting, sports aériens, parapente, vol à vélo.

De part le monde, la création des aires protégées était dans l'esprit de préserver la plupart des espaces naturels sauvages menacés par les diverses pressions provoquées par la croissance et les exigences du monde moderne, notre pays figure parmi les pays qui compte sur l'expansion du tourisme¹.

La Kabylie se démarque et se distingue toujours à travers la richesse de son patrimoine naturel et culturel ainsi que par les savoirs faire ancestraux, adoptés par l'homme Kabyle dans le but de répondre à ses besoins et de préserver son chez-soi au quel il y était tant attaché et qu'il construisait dans le respect total de l'environnement, en exploitant les richesses existantes sur les lieux.

Toutefois, cette région méritant la valorisation et la sauvegarde devient de nos jours un lieu de banalité, de standardisation et d'unicité souffrant d'une rupture quasi-totale avec l'ancien provoquant ainsi un sentiment de désolation.

La région du Djurdjura n'en fait pas exception, elle souffre actuellement du surpâturage, des incendies saccageant et d'un urbanisme mal maîtrisé tel que le cas du cœur du parc national de Djurdjura (Tikejda).

¹ TERKI Lilia, YAHIAOUI Samia, mémoire de master ; « Le tourisme dans les espaces de montagne comme vecteur de développement territorial : illustration par une étude comparative entre le cas de Tikejda dans le Parc National du Djurdjura et le Courchevel dans les Alpes », Université Mouloud Mammeri Tizi Ouzou, 2018 p8.

Introduction Générale

Tikejda est un territoire adéquat pour le développement touristique local et cela grâce à ses multiples ressources naturelles et patrimoniales, aussi grâce à l'implication de la société civile qui est active en dépit du manque de moyens résultant de la faible implication des collectivités locales ; région montagneuse dominée en grande partie par des zones naturelles, Tikejda est toujours perçue comme détentrice d'endroits de détente, loin de la pression urbaine ; ces zones attirent chaque année une masse importante de visiteurs curieux de découvrir ou de redécouvrir leurs racines campagnardes en assistant aux nombreuses festivités ou événements, sociaux et culturels, d'expérimenter et d'explorer le mode de vie rural et paysan, d'interagir avec la population tout en profitant de la richesse des terroirs¹.

En considérant cette zone de montagne une partie vitale permettant son développement et face à sa fragilité, la recherche d'un nouveau mode de développement touristique qui respecte l'environnement s'impose.

A cet effet, nous nous sommes fixés la problématique de recherche suivante:

Comment caractériser l'attractivité touristique dans le parc national du tourisme et le valoriser dans une perspective de tourisme durable ?

De là, découlent d'autres questions secondaires, à savoir :

- ✓ Quels sont les atouts favorisant l'émergence de l'activité touristique au sein de notre territoire d'étude ?
- ✓ Qu'est ce qu'il rend le parc national Djurdjura plus attractif ?
- ✓ Quelles sont les obstacles de mise en tourisme dans le PND et quelles sont les solutions à entreprendre ?

Les hypothèses :

Pour répondre à notre problématique nous avons pensé à mettre en place trois (03) hypothèses suivantes :

- La mise en tourisme du parc national Djurdjura repose sur des activités naissantes telles que les randonnées, le ski, parapentes, l'escalade, spéléologie, rafting... qui attire beaucoup plus les touristes ;
- L'attractivité touristique du PND est portée essentiellement par ses ressources naturelles telles que la faune et la flore ;
- Le manque d'investissements freine toutefois la touristification du parc national Djurdjura.

Les objectifs :

Notre étude est basée sur plusieurs raisons :

Introduction Générale

- De démontrer l'importance de l'exploitation et du développement du tourisme montagnard à l'échelle local et mettre l'accent à la possibilité d'investissement dans ce secteur vu que sa valorisation est un outil de développement particulièrement prometteur ;
- La station de Tikejda connaît une réputation à l'échelle internationale, sa biodiversité (faune et flore) et la beauté de ses paysages nous a poussé à faire des recherches et des études pratiques afin de réduire les contraintes qui la dévalorisent et la rendre une zone motivante qui séduit les touristes de plus en plus ;
- Pour renforcer nos connaissances dans ce domaine afin d'avoir une expérience et des idées pour des projets futurs ;
- L'activité touristique en zone de montagne par son poids est un sujet au fil d'actualité, vu le rôle le plus important qui joue ce secteur dans l'économie de certains pays.

La méthodologie de recherche :

Notre travail s'inscrit dans une double logique théorique (conceptuelle) et empirique (pratique) sur le plan théorique nous avons opté pour la recherche documentaire, bibliographique ...etc. Sur le plan empirique nous avons opté pour un questionnaire adressé aux touristes suites aux difficultés rencontrées sur le terrain.

La structuration du mémoire :

Notre méthodologie de recherche vise à vérifier les objectifs fixés qui consiste à la vérification des hypothèses, Pour cela, nous avons jugé utile de structurer notre mémoire en trois chapitres ; le premier chapitre présente l'approche conceptuelle ou on va baser sur des recherches bibliographiques sur les concepts liés à notre thématique de recherche : définitions des concepts, passant à la touristification dans ses deux cadres théorique et technique. Le deuxième chapitre est consacré pour le territoire de montagne entre potentialités touristiques et enjeux de développement durable tout en abordant la caractérisation du tourisme de montagne, ses acteurs et le développement de ce secteur par l'approche du développement durable ainsi que les impacts et les outils de protection environnementale en zone de montagne. Le troisième chapitre présente l'approche analytique de notre étude ou on va présenter le parc national de Djurdjura, en particulier la station de Tikejda par son aspect historique, géographique et démographique ainsi que ses facteurs les plus attractifs pour cerner ses impacts qui interviennent dans la dynamisation du territoire et les projets d'avenir, on termine notre travail par les résultats de notre enquête auprès des visiteurs qui contiennent un questionnaire évaluatif de cette destination afin d'améliorer l'activité touristique par tous ses approches pour qu'elle devienne une concurrente forte et un espace de détente qui attire les touristes.

Introduction Générale

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Introduction

Le tourisme est considéré aujourd'hui un axe de la mondialisation moderne pouvant infiltrer des usages et des pratiques multiples (sociaux, économiques, culturels, managériaux). Il génère d'autres limites (par exemple, la transformation de la sphère familiale, l'utilisation intensive de ressources naturelles, etc.), rendant « le processus de touristification ambivalent » en termes d'impacts sociaux et culturels.

Néanmoins, le tourisme est aussi un élément de reconfiguration des territoires touchés par des obstacles naturels ou des situations dangereuses. Par la mise en réseau d'acteurs privés et publics il peut également être un vecteur permettant l'évolution de la gouvernance d'un territoire.

Le succès du tourisme est étroitement lié à la diversité et à la richesse des ressources dont disposent les destinations : ressources naturelles et climatiques, architecturales, culturelles, etc. Les équipements et infrastructures sont également d'une importance cruciale. Mais dans les pays développés comme dans les pays en développement, ces ressources ne suffisent pas à pérenniser la destination. La mise en tourisme n'est pas seulement une addition d'équipements, de ressources et d'évènements. La destination ne peut donc être seulement un « objet » de transformation, mais également un « projet » et un ensemble de « projets » (social, économique, géographique, urbain)¹.

La mise en tourisme est un processus long, complexe et diversifié tant dans ses dimensions de mise en œuvre que dans les divers facteurs qui la composent. Elle fait appel à l'état, aux institutions et aux entreprises, mais aussi aux résidents et aux associations, c'est-à-dire à la société dans son ensemble.

Dans ce chapitre nous allons présenter le cadre théorique et technique de la touristification, ses différentes approches ainsi que les paramètres qui évaluent une zone suivant les critères nationales et internationale du tourisme.

¹ HMIQUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial, p 120.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Section 01 : Le tourisme

I.1.1. Définition des concepts de bases

a. l'image touristique

L'image touristique occupe un rôle prédominant dans la perception d'une destination. Gartner (2000), définit l'image touristique comme étant «*un ensemble de perceptions, de croyances, d'impressions, d'attitudes, d'idées et de compréhensions, qu'une personne a sur des objets, des personnes, des événements, ou des endroits. L'image est une version simplifiée et condensée qu'une personne a de la réalité*»².

L'image globale d'une destination est constituée de trois composantes principales :

1. L'image cognitive fortement sensible aux stimuli externes qui stimulent la motivation. Il s'agit, de la publicité ou bien des informations diffusées par les destinations d'une façon volontaire « *le push* », ou involontaire par les médias internationaux des pays émetteurs.
2. Le deuxième élément dans ce processus est la composante affective de l'image qui est reliée aux intérêts qu'on a pour une destination³. Les motivations détiennent ce qu'on souhaite obtenir d'un voyage. Celles-ci représentent une disposition d'information interne.
3. La composante conative dépend de l'image développée durant la phase cognitive et affective. Elle représente la tendance à agir de façon favorable ou défavorable chez le voyageur.

b. Le rôle et l'importance de l'image touristique

La notion de l'image, si elle est importante pour n'importe quel producteur de biens ou de services, est capitale pour un pays. Sa mesure et sa maîtrise doivent être placées très haut dans la hiérarchie de ses préoccupations pour la planification de sa promotion touristique. (Organisation Mondiale du Tourisme, 1978). Selon Chevrier, (2007), le développement d'une bonne image de marque semble devenu une obligation et un défi de survie pour les destinations

² Meryem ROUBA, mémoire de master ; « l'étude Urbaine et Architecturale Qui Améliore La Ville de Guelma Sur La Montagne de La Mahouna » (GUELMA), Université de 08 mai 1945 de GUELMA, 2017, p 8.

³ SALI Fatima, OUARAB Ghalia, « le rôle des organisations associatives dans la promotion du tourisme de montagne, cas des associations de tourisme et sport de montagne de Tizi Ouzou » (Tizi Ouzou), Université MOULOUD MAMMERI, 2018, p 56.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

touristiques. Vu la concurrence, le développement des moyens de communication met en évidence la réalité des nations. Plusieurs régions du monde cherchent à affirmer positivement leur identité et leurs caractéristiques, afin d'assurer une meilleure perception de leur image. Dans un tel contexte, l'image influence grandement la perception des destinations chez les voyageurs.

Selon ce point de vue, les destinations touchées par la violence sont amenées à développer, à entretenir ou encore à rétablir leur image de marque pour amortir les effets indésirables du terrorisme.

c. le tourisme de l'espace montagne

Le tourisme de l'espace montagne ou autrement appelé tourisme montagnard est un tourisme qui englobe thermalisme, climatisme et englobe les différentes activités qui se pratiquent dans les zones montagneuses comme les activités culturelles et les activités sportives et qui contribuent à l'animation de la montagne en offrant aux touristes des bienfaits thérapeutiques : le repos et la détente (Mekati, 2011)⁴.

d. l'attractivité touristique

Dans un contexte mondial où les territoires sont en concurrence les uns avec les autres la notion d'attractivité demeure un objectif majeur.

Elle est employée dans plusieurs domaines (économie, marketing, géographie, tourisme, sociologie, etc.) Alors elle recouvre des définitions multiples et variées :

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

⁴ AOUINE Meryem, HADJIMI Ania, « l'analyse de l'attractivité touristique d'une station balnéaire ; cas d'Azeffoun » (Tizi Ouzou), Université MOULOUD MAMMERI, 2018, p 17.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

e. La touristification

Selon le Dictionnaire Géotourisme, « la touristification est le processus par lequel se construit un espace touristique (ou le processus d'appropriation de l'espace par le Tourisme, donc l'évolution de la touristicité dans le Temps). Il se manifeste par l'occupation progressive de l'espace par des hébergements et des équipements, par une polarisation croissante des flux dans l'espace et dans le temps et par des retombées diverses sur le milieu d'accueil en termes socio-économiques ».

Section02 : La touristification théorique

I.2.1. Du territoire à la destination touristique

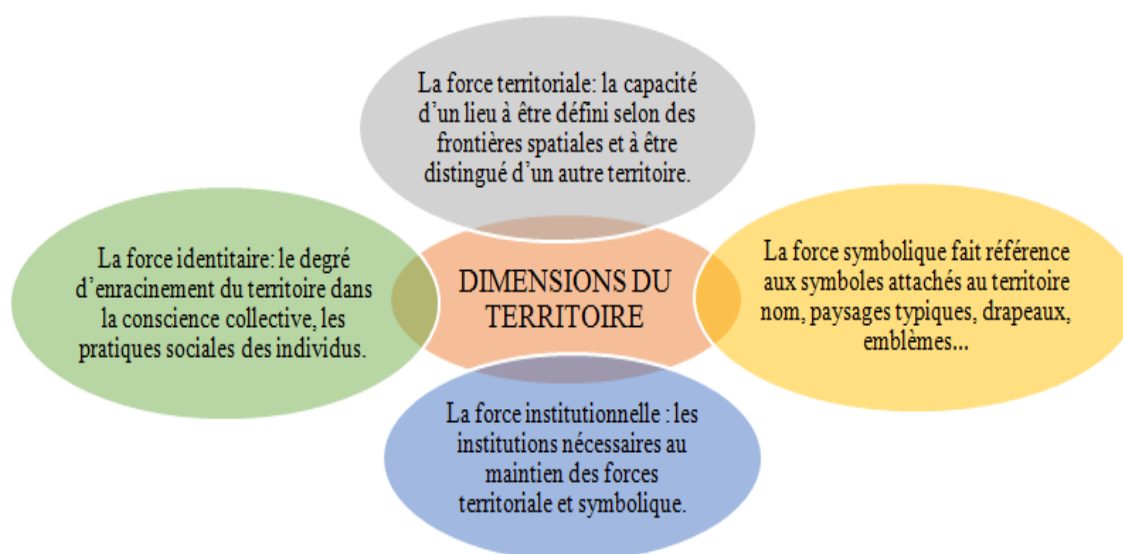
Depuis le début des années 80, amplifié dans les années 90, le concept de territoire s'inscrit dans un contexte économique et idéologique caractérisé par un phénomène de mondialisation et une déterritorialisation accentuée de la production, des échanges, des concentrations industrielles et financières, de la circulation accélérée des idées, des capitaux, des marchandises, des hommes et par une volonté individuelle d'ancrage, d'identité, besoin d'être de quelque part.

L'activité touristique vise à tirer parti des potentialités environnementales, patrimoniales et culturelles d'un territoire donné. Elle a des impacts socio-économiques plus ou moins profonds sur le territoire concerné. Pour mettre en valeur ces effets multiples et systémiques, la démarche proposée s'appuie de façon privilégiée sur des situations contextualisées, qui permettent de mettre en valeur les interactions et de montrer que le tourisme est une construction sociale qui évolue.

Le territoire est donc, en soi, une singularité, il se réfère à une partie spécifique de l'espace en le décomposant. Petit à petit tout devient territoire, le terme se généralise, à en devenir polysémique.

Pour Elissalde (2005), « *Le territoire s'insère dans un système, au sein duquel il fonctionne selon une boucle de rétroaction avec la société, qui aménage, gère et organise le territoire, tandis que le territoire rétroagit sur la société* ». Ainsi, le territoire n'est plus « *un espace approprié, il est agi* » par les relations entre les acteurs qui le compose (Moine, 2005). Pour (Hospers, 2004b), le territoire révèle 4 dimensions (figure 1).

Figure 1. Dimensions du Territoire



Source : Hospers (2004)

I.2.2. La destination touristique

Si certains dictionnaires de la langue française reprennent les diverses significations du mot destination (destinée, usage, direction, lieu), les dictionnaires spécialisés en tourisme et en géographie sont pour certains muets sur la définition ou en donnent une explication très réduite⁵.

Ainsi, le Dicotour (Olivier, 2006) n'accorde pas de place au mot destination tandis que les dictionnaires de géographie limitent sa définition à l'idée d'une place choisie à l'avance : le Dicotour en ligne du site de GeotourWeb met l'accent sur le « lieu où se rendre ».

Les Mots de la géographie (Brunet, 1993 : 154) considèrent la destination comme « un lieu vers lequel on se dirige pour s'y arrêter », tout en rejetant les significations implicites de «but» et de «vocation» contenues dans le mot lui-même, car ne relevant pas de la géographie.

⁵ HMIQUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial, p 125.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Considérant la destination comme un concept large, diversifié et complexe à définir, la définition met toutefois l'accent sur l'aspect géographique (lieu) et sur celui du fonctionnement en termes économique (marché, produit) et psychosociologique (motivation du consommateur).

Le concept de « destination touristique » bien que définissant un territoire promu par les professionnels du tourisme (Monteil, 2007), il révèle une certaine complexité quant à son sens dès lors que nous dépassons l'échelle du lieu élémentaire.

En fait, plutôt qu'un territoire il s'agit d'un espace subjectif puisqu'il est difficile de lui donner une dimension stable ou encore de le circonscrire précisément. Nous allons voir pourtant que la mise en tourisme d'un espace, dessine une forme régionale de destinations, puis que dans sa création la démarche se fonde par une singularisation et d'une identification d'un territoire et enfin que celle-ci se constitue par une Co-construction des acteurs.

Une Destination implique :

- Un ou des éléments d'attractivité reconnus qui fondent l'identité et la notoriété de l'espace. Le touriste se déplace d'abord pour lui / eux mais attend d'autres activités complémentaires.
- Des services accessibles qui réduisent les contraintes (accès, restauration, hébergement,) et rassurent le touriste citadin en référence à ses habitudes.
- Une locomotive ? composée d'un collectif d'acteurs qui organise la promotion et travaille à satisfaire la même promesse client en construisant un « projet de Destination».

La littérature examinée permet de relever une volonté explicite d'enrichir la définition de la destination et son appréhension, notamment selon une approche holistique. Cette dernière considère la destination comme un projet indissociable et non fragmentaire, et a un caractère conciliateur des approches disciplinaires et de dépassement d'une analyse souvent réduite à la perspective géographique ou mercatique. Ce résultat, qui contribue à affranchir le terme du flou fonctionnel et sémantique, mérite d'être complété par une analyse sémantique du concept de destination.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Avant de choisir sa destination de voyage, le touriste cherche de l'information à partir de l'internet, les agences de voyages, les amis et les proches, la radio et la télévision, les sites des offices nationaux de tourisme. En fait, plusieurs raisons motivent le touriste pour aller passer les vacances dans une nouvelle destination et ses raisons influencent fortement le choix de la destination par exemple : se divertir, se reposer, avoir des souvenirs durables en tête, faire de nouvelles découvertes et acquérir des connaissances, rencontrer des gens d'autres cultures, avoir des contacts avec d'autres personnes, se retrouver avec un conjoint ou avec la famille (SMA, 2009 ; Kim, Borges et Chon, 2006).

Divers facteurs influencent le choix d'une destination touristique citant à ce niveau : le prix, la sécurité, le paysage naturel, la diversité des excursions, la qualité de la cuisine et de la restauration, l'histoire du pays et ses monuments, la qualité du personnel, la culture locale, la facilité d'accès à la destination ainsi que l'image de la destination⁶. Tous ces facteurs influencent le choix du touriste vis-à-vis d'une destination de voyage (Mhelehli, 2008).

I.2.3 la touristicité territoriale

La touristicité est un concept polysémique, à cheval entre le développement touristique et l'aménagement territorial. D'après le Dictionnaire Géotourisme, ce terme « désigne le caractère fonctionnel touristique d'un espace. Il qualifie cet espace touristique en termes de poids économique (degré d'insertion économique) et en termes de présence dans le paysage et d'aménagement du territoire (degré d'insertion spatiale). Le degré de touristicité s'apprécie à travers une multitude d'indices : parcs d'hébergements, statistiques de fréquentation, chiffres d'affaires des entreprises touristiques, etc.». Il considère la touristicité comme « le caractère touristique fonctionnel du territoire et non potentiel ». Cela signifie l'utilisation touristique d'un espace, c'est-à-dire que sans touriste il n'y a pas de touristicité.

I.2.4 le pilotage de la touristicité territoriale

Dans le domaine du tourisme, la performance touristique d'une destination peut être définie comme étant « la capacité de cette destination à atteindre des objectifs en matière de recettes

⁶ HMIQUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial, p 129.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

touristiques, du nombre de visiteurs, des nuitées réalisées, de la fidélisation, de la satisfaction client, etc., en offrant, par le biais des acteurs touristiques qui y sont implantés, des produits, des services, des infrastructures et autres moyens qui répondent aux attentes des touristes en matière de prix, de qualité et du déplacement » (Ben Massou, 2015,72).

La performance d'une destination touristique est un résultat composite de tout un processus d'amélioration de l'offre, par l'implication du personnel, l'amélioration des infrastructures, l'écoute du touriste, la différenciation des concurrents, la maîtrise des processus et des activités, ... etc.⁷.

En effet, et étant donné la complexité du phénomène touristique, la multiplicité des dimensions de l'expérience touristique et les incertitudes entachant les attentes du touriste et les motivations et déterminants de son comportement d'achat, ..., la performance touristique d'une destination est le fruit de la capacité des acteurs à mettre plus efficacement leur territoire, principalement par un pilotage approprié de la touristicité, grâce au pilotage d'une panoplie d'indicateurs, généralement récapitulées sous la forme d'un indice synthétique.

Pour une destination touristique donnée, les différents décideurs (conseil régional de tourisme, délégation de tourisme, mairie, préfecture, associations professionnelles, ...) doivent fixer des objectifs et mettre des ressources à la disposition des acteurs (principalement les entreprises du secteur). Ces derniers les exploitent pour vendre leurs produits et services à la clientèle dans le but de réaliser des recettes, de fidéliser les clients et de leur permettre un maximum de satisfaction. Les objectifs à atteindre peuvent ainsi être factuels ou émotionnels.

Un tel pilotage territorial de la touristicité touristique, tant stratégique qu'opérationnel, nécessite la définition d'une batterie d'indicateurs clés pour apprécier l'attractivité de la destination touristique, susceptibles de développer la satisfaction des clients et leur fidélisation.

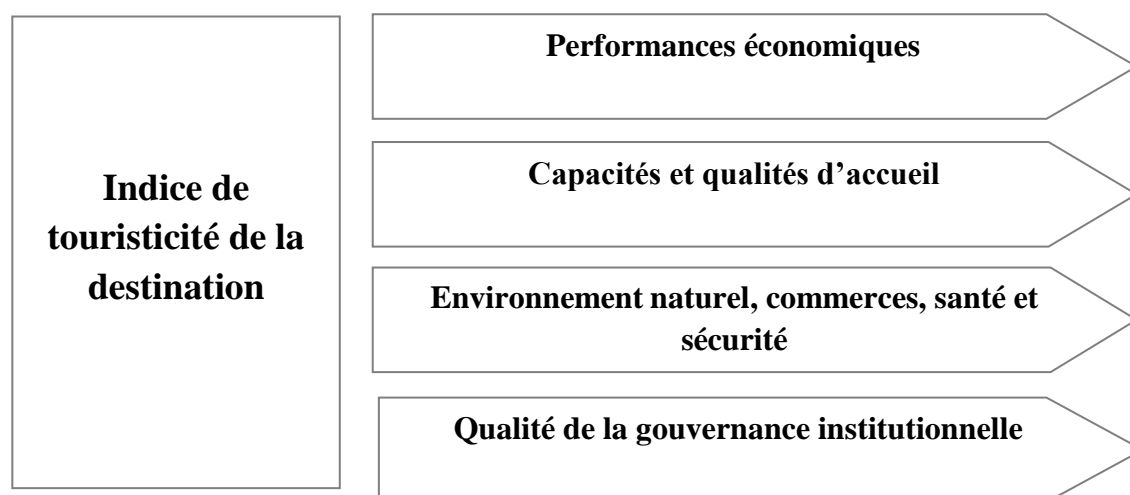
La revue de littérature révèle une variété de modèle d'évaluation de la touristicité touristique des destinations, cependant nous avons fait le choix d'adopter le modèle proposé par les experts de Alliance 46.2.(2014, 66), basé sur la combinaison des quatre composants les plus importants pour la mise en tourisme d'un territoire donné, à savoir la performance économique (PE), la

⁷ HMIQUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial, p 130.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

capacité et qualité d'accueil (CQA), l'environnement naturel, commerces, santé et sécurité (ENCSS), et la qualité de la gouvernance institutionnelle (QGI), comme l'illustre la (figure 2).

Figure 2. Composants de l'indice de touristicité



Source : réalisé par nous même à l'aide d'un Ouvrage collectif publié par la FP Taza(2017).

Le premier pilier lié à la performance économique permet d'évaluer un ensemble d'indicateurs d'impact économique du tourisme dans la destination et des déterminants de sa compétitivité par rapport à d'autres territoires concurrents. Il s'agit notamment d'évaluer la consommation touristique en région (rapportée à la population et aux flux de visiteurs), du poids du tourisme dans l'emploi régional, de la durée moyenne des séjours ou encore du taux d'occupation des hébergements touristiques.

Le second pilier cherche à évaluer la qualité et la capacité de l'offre territoriale pour l'accueil des touristes : l'accès à la région et la connectivité au sein de celle-ci, le volume et la diversité de l'offre en hébergements touristiques, la qualité de l'accueil avec les destinations et établissements labellisés, les capacités humaines dans les secteurs caractéristiques du tourisme.

Le troisième pilier tend à apprécier le contexte global et l'environnement d'accueil des touristes. Il prend en compte le dynamisme commercial avec la densité des commerces de proximité et des restaurants, cafés & bars, la qualité de l'environnement naturel et sa préservation ainsi que le niveau de sécurité et d'équipements de santé de la région par rapport aux autres.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Le dernier pilier évalue la gouvernance du tourisme dans la destination au regard des efforts en matière de stratégie de développement du tourisme, de stratégie marketing et des efforts budgétaires. Il concerne les pouvoirs publics en charge du développement et de la promotion du tourisme local et régional.

Chacun de ces composants s'identifie par un ensemble de paramètres, suivant les spécificités de la destination et les stratégies poursuivies par ses acteurs.

I.2.5. L'attractivité touristique

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

L'attractivité d'une destination se mesure à travers le nombre d'arrivés, de séjours, de dépenses et de projets menés en ce terme. Pour l'attractivité, une destination ou un territoire est attractif s'il attire des acteurs à venir s'installer ou de maintenir ces acteurs locaux. Pour une destination touristique, elle est attractive si elle peut attirer des investisseurs à se localiser, dans le but de mener des projets touristiques durables ce qui rend cette destination, attractive dans le temps et dans l'espace. Attractive dans le temps car elle représente toujours une destination préférée pour les touristes ou les investisseurs. Dans l'espace quand elle s'impose devant d'autres destinations. Aussi, si elle attire les touristes pour consommer les produits touristiques qu'elle offre⁸.

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

⁸ KECHIH Nadia, mémoire de master spécialité management public ; « Le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale ; cas d'Azeffoun », Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2017 p 42.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Une destination doit répondre à quatre caractéristiques pour qu'elle soit attractive. La première est la possession des ressources naturelles ou créées perçues comme avantages compétitif. En deuxième lieu, c'est la possibilité d'élaborer des stratégies qui rend, ce territoire, compétitif. Troisièmement, l'implication des autorités publiques pour la rendre, compétitive. Et en quatrième lieu, c'est de recevoir une demande touristique forte et ciblée.

L'attractivité d'un territoire nécessite l'implication de tous les acteurs territoriaux pour réussir ce projet territorial qui est une destination touristique. Mais aussi, et après avoir construit cette destination ou ce projet, il faut qu'il y ait est une demande touristique qui assure des revenus pour le maintenir, ce projet, et le rendre durable.

I.2.5.1. Les approche d'attractivité

Selon Serge Gagon : « l'attractivité touristique d'un territoire dépend certes des qualités naturelles et spectaculaires d'un site ». Cependant, l'agrément d'un territoire réputé pour ses charmes doit d'avantage à une ambiance qui motive le touriste à se conjoindre à ces lieux.

Après avoir consulté plusieurs études sur le sujet, Lew (1987) propose une typologie en trois catégories pour circonscrire la valeur attractive des sites touristiques: Approche géographique, approche aménagiste et approche sociologique.

a. Approche géographique

Se réfère des théoriciens comme Raoul BLANCHARD(1960) pour expliquer cette approche, ce dernier voit que les attractions d'ordre naturelles et culturelles passent en premier lieu, lorsqu'il s'agit de la détermination des localités touristiques, pour ensuite prendre actes des infrastructures en place⁹.

A partir de cela, on peut dire que l'approche empiriste d'un site attractif fait référence donc à ses qualités naturelles et culturelles.

⁹ AOUINE Meryem, HADJIMI Ania, « l'analyse de l'attractivité touristique d'une station balnéaire ; cas d'Azeffoun » (Tizi Ouzou), Université MOULOUD MAMMERI, 2018, p 20-22.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

b. Approche aménagiste

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

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

- ✓ Les uns sont tributaires de l'existence d'une ressource ;
- ✓ Les autres sont liés à la proximité d'un marché⁹.

c. Approche Sociologique

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

1.2.5.2. l'attractivité d'une zone en particulier

Les destinations qui attirent des touristes capitalisent sur des richesses et ouvrent à leur valorisation. Une destination attractive répond à quatre attributs majeurs

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

Ces ressources servent de fondement à la spécialisation thématique des acteurs et d'une destination.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

A ces dotations naturelles il convient d'ajouter les ressources humaines qui constituent un facteur essentiel pour la mise en valeur et l'exploitation des ressources naturelles et l'accueil des touristes. Les infrastructures et les capitaux affectés à la construction et la mise en exploitation des actifs touristiques constituent, pour leur part, des facteurs essentiels à la valorisation des ressources (infrastructures, transports, hébergements, aménagements des lieux de séjour et des sites).

Deuxièmement, une destination doit être en mesure d'élaborer une politique de compétitivité orientée création de valeur ajoutée. Le prix, couplé à la qualité du service rendu, devenant un élément distinctif de la compétition internationale, une destination attractive doit asseoir cette politique sur une industrie touristique structurée et concurrentielle. L'enjeu est de valoriser l'avantage comparatif auprès des touristes et de mobiliser les acteurs du tourisme en faveur de cet objectif par l'adaptation dynamique de l'offre à la demande (Buhalis, 2000 ; Cracolici & al. 2005).

De nature essentiellement qualitative cette dimension dépend des acteurs en présence et en particulier de l'innovation intégrée dans la production de leurs services (TIC), de leur capacité à différencier et à créer des produits touristiques originaux ou renouvelés, de la fiabilité des infrastructures, de la qualité des ressources humaines, de la politique des pouvoirs publics (par exemple en matière de préservation des ressources naturelles et touristiques, de planification régionale) et, le cas échéant, des taux de change. Elle implique une coopération étroite entre les acteurs privés et publics.

Troisièmement, la destination doit pouvoir bénéficier d'un support institutionnel et gouvernemental en amont et en aval, capable de renforcer l'image touristique de la destination, d'encadrer juridiquement la profession, de fixer les normes qualitatives, et de soutenir voire de susciter les manifestations de grande ampleur. Plus généralement il convient de veiller à ce que le système éducatif soit capable de former de la main d'œuvre adaptée aux besoins spécifiques du secteur afin de renforcer le capital humain¹⁰.

¹⁰ N.Fabry : «les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l'attractivité des territoires », www.cairn.fr.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Enfin, la destination doit rencontrer une demande touristique forte et ciblée ayant une dimension nationale et internationale, cette dernière permettant d'engranger des dépenses touristiques apparentées à des exportations.

I.2.6. Les acteurs de la filière tourisme

I.2.6.1. Les activités directement liées à la prestation touristique

L'ensemble de l'offre principale touristique peut ainsi se décliner : l'hébergement, la restauration, le transport, les activités de conception et de mise en marche de produits touristiques, les activités d'animation et de loisirs, les activités liées à la sante et à la remise en forme. Cette énumération identifie les activités qui « font » l'offre touristique principale et constituent l'essentiel de la filière « Tourisme ».

Un rapide parcours de quelques caractéristiques de cette offre peut nous aider à préciser certains aspects juges marquants.

1) L'hébergement

L'offre métropolitaine d'hébergement regroupe une grande variété de prestations identifiées le plus souvent par des normes ou définitions à usage national, régional voire local. Deux secteurs coexistent : l'hébergement marchand et l'hébergement non marchand, à vocation sociale ou associative. Toutefois, il y a parfois des liens opérationnels entre ces deux secteurs, suite à l'intervention du législateur. Par exemple, l'hébergement marchand peut présenter un versant social lorsque des établissements à vocation commerciale acceptent les chèques vacances comme moyen de paiement.

2) La restauration

On abordera ici la seule restauration commerciale. Il faut toutefois constater qu'une partie de la restauration collective intéresse l'univers du tourisme (restauration de villages de vacances, de maisons familiales de vacances...). Par ailleurs, on peut souligner que certaines mesures sociales concernent la restauration commerciale, avec l'emploi du chèque-déjeuner et du chèque-vacances.

En matière de statistiques du secteur, il faut souligner la difficulté pour évaluer l'importance de l'activité. La notion de repas prend des aspects très divers, allant du sandwich au repas gastronomique¹¹. Nous livrerons quelques chiffres avec quelque prudence et réserve sur leur signification réelle.

¹¹ N.Fabry : «les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l'attractivité des territoires », www.cairn.fr.

3) Les activités de transport

Les activités de transport ne constituent pas des activités caractéristiques du tourisme et leur domaine s'étend à d'autres types de trafic, mais elles sont indispensables pour assurer l'acheminement des visiteurs vers leurs destinations. Il est donc utile de signaler leur importance par la logistique qu'elles apportent aux activités touristiques.

Les acteurs prestataires opérant dans ces activités sont divers et variés, tant par leur taille économique que par leurs champs d'intervention¹².

Ce type d'offre couvre la demande en termes de transport aérien, maritime, fluvial ou terrestre englobant également les divers transports par câble : téléphériques, télésièges, télécabines.

Ces activités jouent un rôle essentiel dans l'offre touristique, car elles se déroulent dans la dualité espace-temps variable majeure de la dynamique touristique ; par ailleurs, ce sont ces activités qui connaissent les plus fortes poussées d'innovations technologiques, confort, vitesse, sécurité, capacités d'accueil de plus en plus importantes. Les structures d'offre de transport, dans le cadre de leur mission, supportent également de gros efforts technologiques et financiers en vue d'identifier et de prévenir le risque, que ce dernier soit d'origine endogène ou exogène.

4) Les activités d'animation et de loisirs

L'offre correspondant à des activités d'animation et de loisirs est très étendue et en évolution constante. Tous les registres, en allant du culturel au technique, d'une démarche de découverte à une implication sportive majeure, sont proposés : stage d'expression théâtrale, stage d'informatique, séjour découverte d'un village et initiation à la poterie, confection de foie gras, initiation à la voile, descente de canyons vertigineux... la liste est loin d'être exhaustive.

Cette offre se positionne sur plusieurs registres de motivations allant d'une volonté de recherche, de découverte, d'apprentissage jusqu'à l'implication personnelle, mentale et physique du touriste dans un contexte de risque, objectif pouvant aller jusqu'à la recherche de danger objectif (ski hors-piste, escalade sans assurance...). La multiplicité de ce type d'offre

¹² © 2012 Pearson France – Management du tourisme, 3e édition – Jean-Pierre Lozato-Giotart, Erick Leroux, Michel Balfet, p20-23.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

pose la double question de la qualification et de la compétence de leurs promoteurs, particulièrement dans la pratique des loisirs sportifs entraînant un important engagement physique.

5) Les acteurs indirects du tourisme

On mentionnera ici quelques acteurs appartenant indirectement à l'offre de prestations touristiques ; ils contribuent à faciliter le déroulement des prestations qui font le « produit touristique ».

Ces acteurs, bien qu'aux marges de la « filière tourisme », contribuent à ce que certains qualifient « l'achèvement de la prestation de services touristiques » : services financiers pour l'attribution de crédit à la consommation aux touristes, services d'assurance des risques divers propres au tourisme (assurance bagages, rapatriement, non-départ...).

D'autres acteurs indirects, producteurs de biens tangibles, contribuent à la « filière tourisme » fabricants d'équipements et de matériels individuels de loisir et de sport, fabricants de gros matériels dédiés aux loisirs et aux sports, tels navires, aéronefs et engins volants divers, véhicules spécialisés, « attractions » de parcs de loisirs ou fêtes foraines, engins de transport par câble et autres matériels de loisir ou d'aménagement d'aires de loisirs. Cet aspect d'impact indirect sur l'activité touristique tend à se renforcer dans la mesure où le champ de la pratique touristique ne cesse de s'étendre et devient une composante récurrente de nos modes de vie.

Section 03 : La Touristification technique

I.3.1. Aménagement du Territoire

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

L'aménagement du territoire permet de transformer le territoire d'une manière à optimiser la consommation de l'espace tout en pensant durablement. C'est un ensemble d'actions menées par les acteurs publics ou par des acteurs privés, auxquels des tâches ont été confiées, dans le but de créer un ordre spatial qui favorise le développement territorial. A travers cette action publique, la construction des réseaux devient plus efficace du fait que les autorités publiques créent un ordre spatial qui permet de déposer les acteurs et les activités en ordre sur ce territoire.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Cet ordre prend en considération les relations et les synergies existantes entre différents acteurs. L'aménagement du territoire permet donc, de déposer les acteurs territoriaux en ordre et de développer des techno-systèmes qui relient ces différents acteurs (routes, ponts, réseaux de télécommunication,...) et des réseaux d'écosystèmes qui relient ces acteurs entre eux, ce qui permet une cohérence entre acteurs et territoire.

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

Les autorités publiques, qui sont à l'origine de toute initiative d'aménagement, peuvent initier des projets d'aménagement pour rendre un territoire donné une destination touristique en le transformant¹³. Cette transformation, ou cette construction d'une destination, nécessite la mise en réseau des acteurs, en premier lieu, les investisseurs, afin de mener des projets touristiques sur ce territoire. Cette vision ou cette politique d'aménagement favorise et encourage les investissements dans le cadre du tourisme, ce qui engendre un regroupement des acteurs intéressés par ce secteur sur ce territoire. Ce regroupement d'acteurs et cette orientation ciblée, des projets d'investissement vers le tourisme, rend ce territoire une destination touristique.

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

I.3.2. Le Marketing Territorial

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

Le marketing est une fonction stratégique même au niveau des territoires, il permet de donner une image favorable en valorisant le potentiel existant que ce soit donné ou construit.

Mais aussi, et comme les ressources construites sont plus avantageuses, c'est de promouvoir des projets de développements auxquels des acteurs s'intéressent, pour les intégrer et devenir partie prenante. Cette commercialisation ou ce marketing cible les acteurs extérieurs

¹³Aménagement du territoire ; fr.wikipedia.org;2016

Chapitre I: La touristification théorique et technique

ainsi que les acteurs intérieurs¹⁴. Pour ceux qui sont de l'extérieur, et dans le cadre de développement exogène de leurs activités économiques, viennent s'installer dans ce territoire.

Et ceux de l'intérieur, et dans le cadre de développement endogène, développent davantage leurs activités à l'intérieur de leur territoire au lieu de le changer.

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

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

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

I.3.3. Clusters du Tourisme

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

Après l'avoir adaptée dans l'industrie, la notion de cluster est aussi utilisée dans le tourisme dans le but de créer des synergies entre les différents acteurs¹⁵.

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

¹⁴ KECHINI Nadia, mémoire de master ; « Le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale ; cas d'Azeffoun », Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2018, p 28.

¹⁵ KECHINI Nadia, mémoire de master ; « Le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale ; cas d'Azeffoun », Université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 2018, p 44.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

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

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

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

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

I.3.4. Gouvernance de l'Attractivité d'une Destination Touristique

La gouvernance permet la coordination et l'harmonisation entre différents acteurs qui visent la réalisation d'un but commun. Les acteurs du tourisme doivent s'intégrer aux projets touristiques d'un territoire et de participer à sa construction/reconstruction, ce territoire. Avec leurs apports, tant que investisseurs, administrations ou touristes, population locale, ce qui présentent une diversité et une complémentarité entre partie prenantes. Cette diversité et complémentarité donne une nouvelle représentation touristique à cette destination.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Chaque territoire présente des spécificités propres à lui, ce qui fait la différence entre mode de gouvernance.

Des territoires sont dominés par un acteur/acteurs majeur, et d'autres regroupent des acteurs homogènes ou atomisés. Pour le dominateur, c'est lui qui dicte les règles et à qui le dernier mot lui revient.

Par contre, dans le cas d'atomicité des acteurs, ils essaient d'arriver à des points communs (C.Clergaux et Ph. Violier)¹⁶. Mais la gouvernance tant que processus qui permet la coordination entre acteurs et groupes d'acteurs pour atteindre des objectifs communs, définit collectivement après avoir les discutés. Et dans le sens où chaque acteur contribue dans le processus de prise de décision, quel que soit sa taille et son positionnement, de ce fait, les acteurs d'une destination touristique ont à collaborer tous ensemble, afin de valoriser leurs produits touristiques et d'améliorer l'image de marque de leurs destinations pour qu'elle devienne plus attractive.

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

Le deuxième type est la gouvernance territoriale, où la mise en coordination des différents acteurs est la caractéristique de ce type de gouvernance. De ce fait, tous les acteurs participent à la gestion de leurs territoires. Un troisième type est la gouvernance associative.

Cette gouvernance vise à associer l'ensemble des acteurs pour plus de solidarité entre eux. C'est plus une gouvernance solidaire qu'autre chose, c'est-à-dire que l'ensemble des acteurs participent volontairement à la construction de leur territoire, dans notre cas, de construire une destination touristique.

¹⁶ A. Thibault ; « tourisme et attractivité des territoires et clusters » ; mémoire ; université Toulouse ; 2014.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

I.3.5. Les obstacles du développement touristique en Algérie

Le tourisme en Algérie reste le prisonnier de plusieurs contraintes et obstacles qui persistent et se multiplient depuis l'indépendance à ce jour, ce secteur économique important souffre profondément durant des années d'une abondance et d'une sous-estimation des pouvoirs publics algériens¹⁷. Le tourisme en Algérie demeure un secteur vierge, et fragile, non généralisé sur le territoire national comme une industrie structurée et bien administrée, dans cette section de notre analyse nous allons relever les différents obstacles et contraintes, entravant le développement touristique en Algérie, qui sont de plusieurs formes à savoir.

1) Les obstacles d'ordre Financier

Tout projet d'investissement a besoin d'une enveloppe financière par laquelle le promoteur peut face à ces multiples charges et dépenses en cours. La plus part des promoteurs dans le domaine touristique recourent pour le montage de leurs projets au financement bancaire (Crédit Bancaire). La lenteur de la procédure administrative avec les services concernés de la banque, l'accord, puis la disponibilité des fonds nécessaires au montage du projet, sont des éléments qui freinent habituellement la démarche d'investissement, sur l'angle de la finance. Le marché financier en Algérie n'offre pas une flexibilité tangible à l'égard des investisseurs locaux notamment, dans cet ensemble d'institutions financières qui existent au niveau national 11 banques seulement dotées du service financement de l'investissement touristique. CPA, BADR, BDL, CNEP, AL-BARAKA, TRUS BANK ALGERIA, AGB, SOCIETE GENERALE, AL SALAM BANK, FGR, EL-DJAZAIR –ISTITHMAR.

Le financement du tourisme en Algérie trouve ses limites dans les types de projets finançables, il est important de dire que les banques doivent non seulement financer la construction des hôtels, ZET, et village touristiques mais aussi financer les métiers artisanaux existants, le tourisme de la montagne, l'aménagement des sites privés..., l'accès à la finance est tellement restreint et même exigeant.

¹⁷ BENAÏSSA, Djeyida, mémoire de master spécialité économie de développement ; « Les obstacles au développement du tourisme dans la wilaya de Bejaïa, les actions à entreprendre cas de la côte-Est ; Bejaïa, Boukhelifa, Tichy, Aokas, Souk-el-tenine, Melbou », Université de Bejaïa, 2018, p 52.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

2) Les obstacles d'ordre politique

À l'international, les problèmes de visa et les formalités d'entrée excessives au niveau des plates-formes d'entrée sur le territoire (les frontières et douanes..), les prix des transports et l'insécurité, contrôle d'immigration, contrôle de la demande, tous ses fonctions principales accentuent la difficulté à impulser le secteur touristique¹⁷. Plusieurs touristes disent que la politique Algérienne des visas est un obstacle à l'expansion du tourisme, de même, les agences de voyages ont perdu d'importants marchés à cause de la difficulté pour les européens d'obtenir facilement leur visas, aussi, les procédures de délivrance demandent un grand effort. De ce fait, son obtention prend le temps (plus d'un mois), ce qui fait que les agences étrangères délivrent des visas à leur clients et les orientés vers les pays voisins où l'entrés s'obtiennent facilement.

L'instabilité politique et sécuritaire en Algérie ont fait de notre pays une destination touristique incertaine, voir un pays à haut risque, L'histoire et les événements tragiques vécus dans notre pays, partant de la période coloniale, les soulèvements populaires, la mafia organisé, jusqu'à la décennie noire (le terrorisme), font reculer progressivement le nombre de touristes venant en Algérie, on assiste ces dernières années a un exode touristique vers les pays voisins qui reçoivent un volume important de touristes en période estivale en particulier, voir même une partie non négligeable de touristes algériens, le facteur sécurité est considéré comme un élément fondamental pour tout une action de développement touristique, car la

Stabilité politique et sécuritaire projette un climat sûr et sain, favorable pour une destination de détente et distraction.

3) Les obstacles d'ordre économique

L'industrie touristique en Algérie représente 8% du PIB, l'Algérie est classée 118eme sur un total de 138 pays en terme de compétitive touristique selon (world Economique forum), sur le continent africain l'Algérie avec sa cote de plus de 1200 Km est en 19 place loin derrière le Maroc, l'Egypt. Et la Tunisie. Depuis longtemps ce secteur qui a été mis à l'écart par les autorités publiques, tout simplement parce que le pays n'avait pas besoin d'argent, les caisses de l'Etat étaient suffisamment remplies grâce aux recettes rentières, de ce fait les pouvoirs publics n'ont pas jugé assez important le secteur touristique.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

La concentration de l'Etat sur le secteur des Hydrocarbures comme la seule source de la devise, a fait paralyser le secteur tout entier, on a assisté à une instabilité managériale du ministère du tourisme plusieurs ministres et cadre ont été limogés de leurs postes dans des délais très courts.

Les infrastructures touristiques sont peu nombreuses, anciennes ne répondent pas aux normes reconnues dans le tourisme mondial, L'un des handicaps du tourisme est le déficit en infrastructures d'accueil (le parc Hôtelier) soit 1242 établissements hôteliers. Le pays n'offre qu'une capacité limitée et en majorité de basse catégorie. Actuellement, le parc hôtelier compte environ 105 000 lits, dont 63 000 pour l'hôtellerie urbaine et 32 000 lits pour le balnéaire, d'hôtellerie (saharien, thermal et climatique) n'offrent que 10 000 lits. Le pays ne dispose que d'une trentaine d'hôtels classés 5 étoiles et de cinquantaine classés 4 étoiles. Ne reflète pas une importance accordée aux infrastructures implantées en Algérie¹⁸.

L'inexistence d'endroit de distraction et de loisir, pousse les touristes à choisir d'autres destinations, voir la Tunisie le Maroc et même l'Egypte.

Les ports et arrière-ports de notre pays demeurent étroits, par rapport au nombre de visiteurs potentiels d'Algérie en particulier dans la saison estivale.

Le transport en lui aussi il convient de dire qu'il représente un sérieux problème face à la dynamique économique, alors des embouteillages partout, des moyens de transports très anciens.

4) Les obstacles d'ordre Foncier

L'investissement touristique, nécessite d'une manière impérative des lots fonciers importants pour la concrétisation des projets (Hôtels, ZET, parcs touristique villages

¹⁸ ADLIL, mémoire de magistère ; « Le tourisme en Algérie, réalités et perspectives », université de Bejaia, 2013, p 96.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Touristiques...). En Algérie la plus part des wilayas à caractère côtier et purement touristique sont dépourvues d'assiettes de terrains adaptables à l'investissement en question, qui doit appartenir aussi au Domain privé de l'Etat¹⁹.

L'accès au foncier dans nos jours est qualifié du grand problème dans l'expansion touristique, malgré le politique de l'Etat initiée dans le cadre des Zones d'Expansion Touristiques et d'autres plans d'aménagement du territoire, plusieurs assiettes importantes des terrains du domaine privé de l'état ont été concédées dans le cadre de la révolution agraire ou pour un objectif agricole, des terrains de haute valeur, par rapport à leurs positions géographiques et leurs étendues (superficie), malheureusement ces terrains destinés à l'agriculture, actuellement sont aussi à l'abondant.

Additivement l'e phénomène d'urbanisation des terrains préservé ou à caractère spécifique fait rétrécie graduellement le volume foncier en Algérie et plus particulièrement dans les wilayas côtières du pays.

S'il s'agissait d'une ZET, l'avis de l'Agence National de développement du tourisme ANDT et l'accord de monsieur le ministre chargé du tourisme est nécessaire. Sont des formalités administratives très pénibles pour un investisseur dans le domaine. La redevance locative annuelle correspondant à 1/33 de la valeur vénale du terrain concédé demeure très élevée au regard des jeunes promoteurs locaux.

5) Les obstacles d'ordre social

- **La sur- fréquentation** : Les premières victimes des excès du tourisme sont les habitants des régions touristiques. En général, les touristes affluent dans une région à une certaine période de l'année ; ce qui provoque à la limite un problème si la capacité de charge n'est pas respectée. Ce problème lié à la saisonnalité est observable aux bords des littoraux, sur les espaces de camping durant l'été. Tout ceci entraîne l'élévation du coup de vie (des prix de produits jusqu'aux prix du foncier qui augmentent).

¹⁹ Site officiel de ministère de tourisme : www.matta.gov.dz.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Ajouter à cela, on note le problème de circulation pendant les grandes périodes d'affluence. Il va sans dire que dans certaines régions, à certaines périodes notamment l'été, il est quasiment impossible de se stationner à certains moments de la journée²⁰.

- **L'acculturation** : L'un des effets néfastes du tourisme est bien l'altération des cultures, des coutumes, sur mœurs des régions visitées.

Les différentes cultures des touristes sont telles qu'elles peuvent influencer les habitudes de vie des régions. Ceci est davantage probable quand certains touristes se procurent des maisons secondaires. Voilà ce qui peut créer un sentiment d'envahissement chez les autochtones. Ces derniers se sentent alors menacés dans leurs cultures.

- **L'hygiène et la salubrité publique** : Les flux touristiques que draine le tourisme sont aussi conducteurs de maladies. Aujourd'hui plus que jamais par le passé, avec les déplacements de personnes, la prolifération (multiplication rapide) des maladies est un réel problème.

Les maladies contagieuses et infectieuses notamment par le phénomène du tourisme sexuel, sont loin d'être encore un tabou.

Autour de l'aéroport, des cas de paludisme (maladies transmises par un moustique) sont fréquemment répertoriés même pour des gens qui n'ont jamais voyagé mais qui peuvent avoir été en contact avec quelqu'un qui aurait séjourné dans un pays à risques.

- **Les gênes aux populations** : Les populations locales sont en effet les premières à subir les gênes diverses que cause le tourisme. De ce fait, les nuisances dues à la surfréquentation des espaces publics et des espaces naturels, la saleté des rues et des places, les déchets sauvages, les difficultés liées à l'approvisionnement en eau, l'épuration et l'assainissement constituent pour ces populations autant de nuisances.

²⁰ BENAÏSSA, Djeyida, mémoire de master spécialité économie de développement ; « Les obstacles au développement du tourisme dans la wilaya de Bejaia, les actions à entreprendre cas de la côte-Est ; Bejaia, Boukhelifa, Tichy, Aokas, Souk-el-tenine, Melbou », Université de Bejaia, 2018, p 55.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Ajouter à cela, il y a la relation entre résidents et visiteurs, ce contact est sans doute potentiel et l'expérience la plus importante des vacances d'un touriste ; mais elle peut aussi être la plus conflictuelle, Pour éviter que le conflit ne dégénère en agressivité et hostilité, il convient d'essayer d'éliminer les possibles motifs de malentendus. A cet égard, le manque ou le faible niveau de connaissances des visiteurs sur la culture de la société s'avère être l'un des principaux problèmes.

Le bruit qui résulte d'activités et de rythmes de vie différents entre les touristes et les résidents, peut dans certains cas devenir insupportable.²¹

Il est fréquent par ailleurs que les communautés connaissent mal, ou pas du tout, les cultures des visiteurs étrangers.

D'après les obstacles cités précédemment, nous pouvons en relever 7 risques qui sont susceptibles d'affecter négativement la mise en tourisme en Algérie:

- ❖ L'insécurité,
- ❖ Le prix du transport et l'incapacité à fournir un transport quantitativement et qualitativement adapté,
- ❖ La banalisation de l'ailleurs pour les touristes internationaux: l'exotisation du chez soi et la compétitivité des autres destinations,
- ❖ L'incapacité à s'adapter au poids croissant des Technologies de l'Information et de la communication (TIC) dans le secteur du tourisme (avec le secteur de la banque, le Secteur du voyage est le plus informatisé).
- ❖ Les problèmes de visa et les formalités d'entrée excessives au niveau des plates-formes d'entrée sur le territoire,
- ❖ Le manque d'informations, de marketing et la faiblesse de l'image de la «Destination Algérie »,
- ❖ Le manque de fluidité du système bancaire et des changes.

²¹ HOERNER.J.M, « Géographie de l'industrie touristique ellipses », Ed Marketing.1997, p25.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Cependant, pour que l'Algérie puisse tirer profit de la croissance de la demande mondiale et s'approprier des parts de marché supplémentaires²², la stratégie devrait également être complétée par :

- ❖ La prise en considération des tendances mondiales de l'industrie du tourisme ;
- ❖ Le vieillissement de la population des pays européens, qui laisse présager l'amplification de la demande sur des créneaux culturels, éco-touristiques, exotiques et authentiques ; l'intensification de la concurrence et la multiplication des destinations offertes.
- ❖ La mise en œuvre d'une politique de partenariat entre les promoteurs nationaux et les opérateurs étrangers ;
- ❖ L'accélération des réformes structurelles et l'amélioration de l'environnement des affaires qui devraient, en améliorant le niveau d'attractivité de l'espace national, drainer vers le pays des entreprises touristiques étrangères (notamment hôtelières);
- ❖ La diversification du marché en promouvant le tourisme national.

I.3.6. Les indicateurs du tourisme pour les zones des montagnes

Les indicateurs touristiques pour les zones de montagnes si le tourisme de montagne fut, pour longtemps, un tourisme de nature ; il dépend aujourd'hui et de plus en plus d'équipements : remontées mécaniques, sentiers et voies d'accès, musés locaux, des commerces, hébergements, etc. Mais les zones de montagnes, en Algérie, accusent un déficit en matière d'accessibilité, d'équipements ou de services²².

À titre d'indication, plus de 17 téléphériques sont en service (à Alger, Blida, Tlemcen et Skikda, Tizi Ouzou, Oran, Constantine, Bejaia, Jijel, Tarf, Médéa, et Béni-Saf) mais ce mode de transport est spécifiquement adapté par les villes.

Les capacités touristiques d'accueil dans le climatique ne dépassent pas (en 2010) les 1 089 lits (soit 1,18 % du total du parc national). Elles se sont réparties entre 6 wilayas. Par ordre d'importance, Tizi Ouzou dispose de 6 d'hôtels d'une capacité de 301 lits (27,64 %) ; Bouira

²² MERLIN.P, « Tourisme et aménagement touristique, des objectifs inconciliables », Ed documentation française, 2008.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

avec 254 lits (23,32 %) pour un seul établissement d'hébergement ; Saida avec 2 hôtels de 222 places-lits (soit 20,38 %) ; Annaba avec, 2 hôtels d'une capacité de 210 lits (soit

19,28 %) ; Blida donne une capacité de 64 lits (5,88 %) pour 02 établissements ; et enfin Guelma possédant un seul établissement pour une capacité de 38 lits (soit 3,47 %).

La montagne propose un cadre de séjour attrayant au contact de la nature, mais le touriste ne souhaite pas être confronté à un environnement « brut ». Il réclame un espace organisé, accessible, sécurisé et aménagé à des fins touristiques²³.

L'économie des zones de montagne reste peu développée en-dehors de certaines activités (agriculture, pastoralisme, poterie, argenterie, vannerie), qui se maintiennent difficilement et dont les revenus restent encore faibles. En raison de la faiblesse des infrastructures et des équipements, du manque de travail, la population (notamment les jeunes) a tendance à fuir ces territoires. C'est ainsi que le choix du tourisme dans ces régions en tant que facteur de développement doit viser 5 objectifs de nature socioéconomique qui se traduisent par des effets directs et indirects sur l'économie régionale et nationale.

Le développement accéléré de la région doit être en fait le résultat ultime de tous ces effets : création d'emplois, intensification de l'artisanat local, du commerce et du transport spécifiques, et apport de devises. En substance, la conjonction du tourisme et de développement local est une conjonction féconde. C'est à travers cette combinaison (développement local/tourisme) que l'identité territoriale est valorisée, que l'environnement est mieux protégé et que le territoire devient plus visible. Proposer un produit supplémentaire durant l'année générant de nouveaux flux touristiques, c'est la chance d'accroître la consommation touristique par un apport de revenus supplémentaires et ainsi contribuer au développement économique, mais aussi un meilleur amortissement des investissements sur une période touristique étendue. Les zones de montagne représentent sur le plan socio-économique un espace potentiel pour le redéploiement de certaines activités (comme le tourisme) et la mise en place d'infrastructures de base nécessaires au maintien des populations et à l'attractivité territoriale. À titre d'indication, le massif du Djurdjura, attire un nombre considérable de touristes.

²³ AIDLI, Lakehal, mémoire de magister spécialité économie et géographie ; « Le tourisme en Algérie : réalités et perspectives », Université Abderrahmane MIRA de BEJAIA, 2013, p 185.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

Les lieux les plus fréquentés sont essentiellement Tikejda et Tala-Guilef où se regroupe chaque week-end un nombre important de visiteurs.

Le tourisme de montagne est le plus souvent associé au tourisme sportif pour des sports d'hiver en hiver et d'activités sportives tels que, l'escalade, le trekking ou la randonnée en été. L'alpinisme, la spéléologie, les randonnées, les campings sont les pratiques et les moyens de découverte qui sont privilégiés et utilisés dans le parc²³. Le tourisme en Algérie est l'activité économique la plus récente mais plus susceptible d'évoluer. Le tourisme climatique ou de montagne, reste dans son ensemble une activité secondaire (pour ne pas dire invisible) dans les espaces et les économies des régions montagneuses. Toutefois, le développement de tourisme de montagne se heurte le plus souvent à des risques, à des pressions et des contraintes. Les risques naturels sont liés au relief, au climat, à l'hydrologie, etc., représentés par les avalanches, les éboulements, les glissements de terrain, etc. De ce fait les actions D'aménagement des milieux montagnards sont très exigeantes.

De même, des risques liés aux actions de l'homme sur la nature (déforestation, surpâturage, urbanisation, incendies de forêts, etc.) exercent des pressions sur le milieu. En effet, malgré des efforts et des campagnes de reboisement réalisées annuellement depuis l'indépendance, le taux de boisement en Algérie se situe entre 10 et 12 %. Le couvert végétal est agressé par les incendies (estimés à 35 000 ha/an) et par l'action négative de l'homme par des coupes. Le surpâturage contribue pour une bonne part à la dégradation du couvert végétal principalement dans les écosystèmes fragiles les conduisant à la désertification. Il est estimé que les parcours et les sols dégradés s'étendent actuellement sur au moins 7 millions d'hectares. Dans les zones de montagnes, les espaces disponibles sont en apparence très importants, mais rares et limités en réalité. Ces espaces montagnards englobent 11 ZET climatiques. En effet, dans le nouveau zonage (ZET), le schéma classique littoral/Sahara est dépassé en faveur d'une nouvelle géographie des implantations touristiques, bien que le littoral fasse toujours l'objet d'un choix plus dominant (155 ZET balnéaires). De plus, des ressources thermales pouvant ainsi combiner entre plusieurs formes de tourisme dans ce territoire.

Si le milieu montagnard représente un espace des plus fragiles, l'introduction de l'activité touristique dans ces lieux incite à la prise en considération de l'importance de l'environnement, de son aménagement, de sa préservation et de sa mise en valeur, mais aussi de l'implication de la population locale. De notre point de vue, les effets négatifs, qui peuvent incomber au

Chapitre I: La touristification théorique et technique

tourisme, sur l'environnement sont à endosser, plutôt, à la mauvaise politique d'aménagement et de planification que sur l'activité touristique.

À partir de 2004, la loi relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable²⁴, est venue « tardivement » encadrer l'aménagement de ce territoire pour fixer les prescriptions de protection et d'aménagement des zones de montagnes et des massifs montagneux et de leur développement durable. L'aménagement de ce territoire a pour objectif de prendre en charge la fragilité et le caractère sensible des zones de montagnes, le handicap naturel ou géographique, le caractère du développement durable des zones de montagnes et le facteur humain. Dans le cadre de la même loi, il est créé un conseil national de protection et de promotion des zones de montagnes dénommé "Conseil National de la montagne". Il est chargé, notamment de définir les activités à même de protéger, de promouvoir et d'aménager les différentes zones et massifs montagneux, faciliter la coordination entre les différentes activités programmées au niveau des massifs montagneux, fournir la consultation sur les priorités de l'intervention publique et les conditions d'octroi des subventions qu'accorde le Fonds pour la montagne, sensibiliser sur l'importance des zones de montagnes et sur la nécessité de leur protection et de leur promotion dans le cadre du développement durable. En raison des différences géographiques, écologiques, économiques, de densité des occupations, et des vocations des zones de montagnes, et afin de permettre la promulgation de prescriptions adaptées aux réalités de chaque zone de montagne, l'ensemble des prescriptions de développement du territoire prises par cette loi sont élaborées, et adoptées, pour chaque massif montagneux.

Enfin, le développement d'un tourisme de montagne viable et convenable n'est pas suffisant si son développement n'est pas inscrit dans la durée. Ainsi, il faudra veiller au respect de cette condition tout en assurant une appropriation locale des enjeux, des contraintes et des bénéfices de cette activité. L'arrière-pays montagneux est plus favorable au tourisme de randonnée et de découverte et au tourisme intérieur de week-end.²⁵ La Kabylie avec le Djurdjura, l'Atlas blidéen offre à quelques heures d'Alger des possibilités d'alpinisme et de ski

²⁴ Loi n° 04-03 relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable. Journal officiel de la République algérienne n° 41, 27 juin 2004, p. 10. Accès au texte intégral sur : <http://faolex.fao.org/docs/texts/alg45959.doc>

²⁵ AIDLI, Lakehal, mémoire de magister spécialité économie et géographie ; « Le tourisme en Algérie : réalités et perspectives », Université Abderrahmane MIRA de BEJAIA, 2013, p 187.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

1 à 3 mois par an. D'autres montagnes sauvages et austères comme les massifs du Dahra et de l'Ouarsenis, rutilantes comme les Aurès mériteraient l'aménagement de circuits touristiques.

On peut classer ces indicateurs suivant trois grandes dimensions comme le résume le tableau ci-dessus :

Dimensions	Indicateurs
Economique	<ul style="list-style-type: none">- Pourcentage des infrastructures touristiques.- Variétés de services touristiques.- Niveaux de gestion des ressources.
Environnemental	<ul style="list-style-type: none">- Niveaux de réduction des risques environnementaux.- Niveaux de maintenance des sites naturels et patrimoniaux.- Niveaux d'utilisation des ressources renouvelables.- Niveaux d'utilisation de la mobilité réduite.
Social	<ul style="list-style-type: none">- Niveau d'assurance et la sécurité des touristes.- Niveau de satisfaction des touristes.- La reconnaissance par le tourisme des identités et des cultures locales.

Conclusion

Nous avons tout au long de ce chapitre présenté la touristification en ses deux formes théorique et technique que peut prendre le pays pour améliorer le secteur du tourisme. Ce qui nous a permis d'approfondir l'analyse pour en projeter le devenir du secteur dans son état actuel et même en tirer les perspectives.

Pour conclure, compte tenu des atouts du pays, l'Algérie peut faire du tourisme une pratique s'étalant tout au long de l'année, donc, échappé à la saisonnalité qui frappe le secteur du tourisme en général. Et ça en adaptant la filière touristique de la meilleure façon à la demande du marché domestique qu'international et de cibler un produit touristique plus porteur et avantageux compte tenu des potentialités offertes.

Chapitre I: La touristification théorique et technique

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

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Section 1 : tourisme dans la zone de montagne :

introduction

Les montagnes sont des terrains s'élevant au-dessus de la région environnante de façon relativement abrupte (fortes pentes). Les montagnes offrent à ceux qui s'y rendent d'intenses moments de plaisir et de bien-être. Un plaisir unique en son genre, qui ne laisse indifférent chaque personne ayant l'opportunité de passer un moment d'évasion en ces magnifiques lieux.

1. Présentation du concept zone de montagne :

Les régions montagneuses possèdent des caractéristiques particulières (isolement géographique, marginalité politique, conditions climatiques et environnementales difficiles, fragilités des écosystèmes etc.) qui militent en faveur de développement durable. Les enjeux majeurs d'un tel développement demeurent toutefois identiques dans leur double dimension socioéconomique et environnementale.

1.1. Une dimension socioéconomique :

L'enclavement, caractéristique des régions de montagnes cause l'isolation, la pauvreté et des conditions de vie souvent précaires pour les habitants. L'insuffisance ou l'inexistence d'infrastructures adéquates accentue le fossé les séparant des conditions plus avantageuses qu'offrent les régions de plaines. Ces handicaps doivent être reconnus. La participation effective des communautés de montagnes à la prise de décision et aux actions de développement est indispensable en raison de l'incalculable source de connaissances que constituent les pratiques traditionnelles et les savoirs indigènes en la matière.

La mise en valeur des potentialités que recèlent les zones de montagnes (agricultures, ressources forestières, tourisme, produits locaux) figurent parmi les objectifs primordiaux de leur développement durable.

1.2. Une dimension environnementale :

Les montagnes représentent des écosystèmes vitaux qui renferment les principaux « châteaux d'eau du monde ». Or les conditions climatiques défavorables, les catastrophes naturelles (avalanches, séisme, éruptions volcaniques), l'érosion et la pauvreté des sols constituent des facteurs alarmants nécessitant la sensibilisation des consciences. Des mesures de sauvegarde des montagnes doivent donc faire partie des programmes de développement de ces zones de manière à assurer une gestion adéquate des ressources naturelles.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

D'une manière générale les montagnes sont reconnues comme étant des endroits escarpés qui accueillent une grande variété de ressources naturelles. Elles sont d'importantes sources d'énergie, ainsi que d'importantes zones de divertissement et des grands réservoirs de biodiversité.

Tous les écosystèmes de montagne sont différents, mais tous, ont en commun un certain nombre de caractéristiques. En premier lieu, tous présentent des pentes plus ou moins fortes (il s'agit d'espaces plus ou moins abrupts et accidentés), et un certain degré d'isolement. Ce facteur géographique provoque, en même temps, l'existence de formes de vie ayant des caractères bien définis et souvent uniques, sources d'une diversité d'espèces spécialement adaptés aux milieux montagnards. Cette richesse biologique est un fait, et l'isolement des zones de montagne a joué un rôle important dans la préservation de ces espaces. Il y a aussi, malheureusement, de plus en plus d'exemples de montagnes fortement altérées par l'action de l'homme, bien loin de leur état naturel initial.

Les « hautes terres » sont également reconnues, au niveau international, comme les zones géographiques les plus vulnérables et les plus susceptibles de subir des dégradations. Cette perturbation revient essentiellement aux pressions naturelles et aussi à la forte fréquentation de ces régions et les effets néfastes de la dernière sur les chaînes de montagnes (exploitation abusive des ressources naturelles, construction de grandes infrastructures, pollution, pertes ou dégradation des habitats, sur fréquentation, etc.). En revanche, chaque zone géographique se caractérise par sa propre réalité, aussi bien naturelle que sociale.

Un des principaux problèmes semble être le fait d'assurer un développement équilibré des montagnes, qui permettrait un bien-être optimum pour les populations locales, mais qui assure, en même temps, la conservation des écosystèmes de montagne.

2. Définition de tourisme de montagne :

Le tourisme en zone de montagne est un tourisme qui englobe thermalisme, climatisme et englobe les différentes activités qui se pratiquent dans les régions montagneuses telles que les activités culturelles (artisanat, visites des monuments et sites historiques...) et concerne aussi les activités sportives pratiquées dans l'espace montagnard et qui contribuent à l'animation de la montagne en offrant aux touristes des bienfaits thérapeutiques ; le repos et la détente par le climat et l'air pur qui y règne.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Le tourisme de montagne ou autrement appelé tourisme montagnard est le tourisme dans les massifs montagneux. Au début du XIXe, la montagne était un lieu de détente, alors que de nos jours la montagne est utilisée pour des activités sportives : trekking, randonnées. Les activités nautiques dans les eaux vives montagnardes se développent de plus en plus : rafting, hydro-speed.¹

La montagne est convoitée par les touristes durant toutes les saisons. Pendant l'hiver pour pratiquer les sports d'hiver, le printemps lorsque la végétation refait surface, l'été pour la détente et le grand air, ainsi qu'en automne pour voir la végétation se métamorphoser.

3. Le tourisme en zone de montagne :

3.1. La montagne : Espace répulsif, espace attractif :

Les montagnes ont été aussi longtemps des espaces répulsifs à cause de l'altitude, la basse température et les versants qui restent dans l'ombre et qui sont plus froids que les versants ensoleillés. Les pentes sont souvent peu propices à l'agriculture et c'est un milieu à risque (avalanches, glissements de terrains, crues et torrents).

Les montagnes sont, par ailleurs, attractives grâce aux aménagements par des tunnels et routes qui ont facilité l'accès et sont devenues des espaces de loisirs (randonnées, ski, alpinisme...).

Les contraintes d'autres fois (pente et froid) sont transformées aujourd'hui en atouts et ont permis aux montagnes de devenir des stations de ski et enneigements. Les zones de montagne présentent des caractéristiques très différentes à tous les niveaux : climatiques, écologiques, économiques etc...

On entend par une zone de montagne : « l'ensemble des espaces formés par des chaînes et/ou des massifs montagneux et présentant à ce titre des caractéristiques géographiques de relief, d'altitude et de pente, ainsi que l'ensemble des espaces qui leur sont contigus et qui sont liés à l'économie, aux facteurs d'aménagement du territoire, et aux écosystèmes de l'espace de montagnes concerné, et qui sont qualifiés de zones de montagne»²

¹ <https://site.letourismedemontagne.com/home/definition>. Consulté le 23/12/2020 à 11:05

² Loi n°04-03, journal officiel de la République Algérienne n°041, relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable, 27 juin 2004, page 10.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Cette même loi stipule que les zones de montagnes sont classées en quatre catégories :

- Haute montagne ;
- Moyenne montagne ;
- Piémonts ;
- Zones contiguës : zones immédiatement rattachées aux piémonts et qui leurs sont semblables.

L'étude relative à la délimitation et à la caractérisation des zones de montagne et des massifs montagneux du Gouraya classe la montagne comme suit :

3.1.1 La haute montagne :

La haute montagne peut se caractériser par la présence de roches, glaciers, de zones habituellement enneigées le printemps ainsi que d'importants dénivelés. Du fait de l'altitude au-dessus de 1200 mètres, les conditions climatiques peuvent y être particulièrement difficiles, donc dangereuses. La fréquentation de ces zones peut nécessiter à tout moment l'utilisation des matériels et des techniques de l'alpinisme.

3.1.2 La moyenne montagne :

Au-dessous de 1200 mètres, l'étude doit toutefois distinguer entre la moyenne montagne « étage inférieur » (400 à 800m) et la moyenne montagne « étage supérieur » 800 à 1200 m; la moyenne montagne comprend les étages cultivés, boisés et les zones habitées. C'est là où se sont déployées les activités agricoles, industriel.³

³ SEMAR Taous ; CHEBOUT Mehria ; mémoire de master, Tourisme de montagne et changements climatiques- Cas du Massif du Djurdjura, institut National supérieur du Tourisme, Alger juin 2010, page 14

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

3.1.3 Les zones de piémonts et contigus :

Désignent les territoires situés à une altitude inférieure à 400 m. La distinction entre les deux types de zones est déterminée par la topographie : pente modérée, pour les zones de piémonts, et, topographie plane, pour les zones contigües.⁴

Les zones de montagne algériennes représentent plus de 65% de l'espace dans la région nord et en bordure des hautes plaines steppiques du pays.

Pour la wilaya de Tizi-Ouzou les montagnes côtières, du centre et du Djurdjura, présentent à elles seules 59% du territoire de la wilaya, 35% occupés par des collines et les 6% restants sont occupés par les plaines et vallées (plaines du Sébaou, plaines de l'Oued Isser et plaines côtières).⁵

Le tourisme en zone de montagne est un tourisme qui englobe thermalisme, climatisme et englobe les différentes activités qui se pratiquent dans les régions montagneuses telles que les activités culturelles (artisanat, visites des monuments et sites historiques...) et concerne aussi les activités sportives pratiquées dans l'espace montagnard et qui contribuent à l'animation de la montagne en offrant aux touristes des bienfaits thérapeutiques ; le repos et la détente par le climat et l'air pur qui y règne.

4 La clientèle du tourisme en zone de montagne :

Trois types de clientèles peuvent être identifiés :

⁴ Etude relative à la délimitation et à la caractérisation des zones de montagne et des massifs montagneux du Djurdjura

⁵ MOHAMED Dahmani : Atlas économique et social de la grande Kabylie, OPU, Alger, page 11.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

4.1 La clientèle des retours au pays :

Ce sont des personnes qui ont conservé des liens ou des biens matériels sur les lieux de leurs "racines montagnardes". Elles pratiquent un tourisme non marchand en se rendant chez des parents ou amis ou dans leur résidence secondaire.

4.2 La clientèle du tourisme social et associatif :

Il existe des associations qui organisent des expéditions en montagne pour un grand nombre de personnes, alors que l'Algérie ne dispose pas d'infrastructure qui pourront accueillir ce genre de clientèle.

4.3 La clientèle des amateurs de montagne :

Clientèle récente, curieuse et rémunératrice, en hausse croissante, consommatrice de l'ensemble des prestations disponibles. Il s'agit d'une clientèle relativement aisée.

Ce dernier type est à l'origine d'une image positive de l'espace montagnard, renouant avec les origines du tourisme de montagne. Cette clientèle est exigeante et attend de la montagne une grande qualité des prestations. Elle y vient non par obligation familiale ou sociale, mais par choix.

Les formes d'hébergements touristiques spécifiques au milieu montagnard (chambres d'hôtes, gîtes ...) connaissent un succès croissant de la part des clients. Les montagnards contribuent pour une part importante au développement du tourisme de montagne. Cet accueil touristique au sein d'une exploitation agricole et artisanale constitue souvent un complément de revenu significatif pour les agriculteurs et les artisans qui le pratiquent et conforte ainsi leur activité, freinant de ce fait la déprise du monde montagnard. Les prestations qu'ils offrent viennent compléter les prestations traditionnelles offertes par les cafés, restaurants, hôtels et hôtellerie de plein air.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

5 : Les différentes pratiques du tourisme en zone de montagne :

Les pratiques du tourisme dans les milieux montagnards, notamment les pratiques sportives et scientifiques à enrichi les différents types de séjours pratiqués en espaces montagnard, à cause d'émergence des nouvelles pratiques concerné la nature et géomorphologie des montagnes (spéléologie, escalade...).

Les pratiques sportives en milieu montagnard représentent « l'idée d'accomplissement de soi dans un affrontement grandiose avec la montagne et les lois du la nature ». ⁶ Ils ont classé comme suit :

5.1 Sports terrestres :

Ces toutes les activités qui sont liées au relief montagnard, On distingue :

5.1.1 Alpinisme :

Pratique sportive qui consiste à gravir les montagnes à l'aide de ses propres membres. Pas forcément pour en atteindre le sommet, mais pour parcourir une voie. L'alpinisme se pratique généralement encordé à deux. ⁷

L'homme de tête qui guide la cordée est dit premier de cordée et est en position d'assurer le second de cordée.

5.1.2 L'escalade :

Parfois appelée varappe ou grimpe, est un sport consistant à se déplacer le long d'une paroi pour atteindre le haut d'un relief par ses propres moyens physiques.

5.1.3 Le ski :

Est un moyen de locomotion individuel de glisse pratiqué grâce à des patins dans des zones enneigées et pentes.

5.2 Sports aériens :

Toute activité liée circulation aérienne, on distingue :

5.2.1 Le deltaplane ou aile volante :

⁶ TESSA Ahmed : « *Economie touristique et aménagement du territoire* », OPU, Alger ; 1993, p 20

⁷ Http: // www.linternaute.com 24/12/2020 a 11:10

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Est constitué d'une structure en tubes métalliques ou en carbone sur laquelle est tendue une toile en Dacron. Des lattes et des câbles permettent de rigidifier la structure et de tendre la toile. Le pilote est accroché par un harnais.

5.2.2 Le parapente :

Est un aéronef dérivé du parachute, permettant la pratique du vol libre ou du para moteur.

5.3 Sports nautiques et aquatiques :

Toute activité liée à l'eau (sports d'eau vive-rafting...)

5.3.1 Le rafting:

Est un sport qui consiste à naviguer sur des sections de rivière comportant des rapides appelées eau vive (descente de rivière) à bord d'un radeau pneumatique.

Toutes ces pratiques sportives en milieu montagnard arrivent à influencer sensiblement la conception des modèles de développement touristique des montagnes, à faire naître de nouvelles motivations touristiques chez les individus et à faire apparaître de nouveaux aspects à propos des montagnes et des populations d'accueil.

4 Les pratiques scientifiques en milieu montagnard est fait partir de tourisme de montagne, il est donc le but fait des recherches soit sur la morphologie des montagnes et/ou sur le régime flores et des faunes montagnard. Par exemple :

5.3.2 La spéléologie :

Est l'activité qui consiste à repérer, explorer, étudier, cartographier et visiter les cavités souterraines, puis à partager ses connaissances.

La définition de la spéléologie Selon la fédération française de spéléologie en 2010 :

« La spéléologie est une activité pluridisciplinaire à forte plus-value éducative, elle allie à la fois des aspects scientifiques, environnementaux, sportifs et de loisirs. Elle a pour objectif l'exploration du karst et des milieux souterrains, naturels, artificiels ou anthropiques afin de contribuer de manière active à l'étude, la connaissance et la conservation des terrains de pratique de la spéléologie, tout en tenant compte des éléments du patrimoine de surface ».⁸

⁸ Http : // www.ffspeleo.fr. Consulte-le : 24/12/2020 à 12:30

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

6. Le cadre de développement des pratiques de loisirs en montagne :

L'évolution de la demande de biens et services touristiques dans les régions montagnardes a été influencée de façon dynamique par des changements socioculturels survenus vers la fin du XXème siècle. C'est ainsi que les séjours de loisirs ont été très dépendants d'un certain nombre de facteurs, tels que⁹ :

- La qualité des services d'accueil, assurés par les populations locales ;
- L'authenticité de l'environnement naturel et humain ;
- La qualité du paysage naturel.

Ces facteurs, relatifs à l'accroissement de la demande de loisirs en espaces montagnards, résultent:

- De l'affaiblissement du mythe de l'évolution technologique et des programmes de développement social ;
- Du haut degré d'insatisfaction procuré par la vie quotidienne dans les agglomérations urbaines ;
- Et de la recherche de refuge dans des valeurs traditionnelles.

Par conséquent, le développement touristique des régions montagnardes a résulté du rapport établi entre les attentes socioculturelles et les pratiques des loisirs, ainsi que de l'espace humain et naturel, ayant comme objectif la satisfaction des touristes potentiels. Bien évidemment, les besoins et le niveau de satisfaction des touristes potentiels varient selon leur culture et leur nationalité, dans la mesure où la mode, les identités nationales et les rapports anthropologiques.¹⁰

La localisation des montagnes à l'échelle mondiale n'a pas été liée à la répartition des flux touristiques internationaux, en raison de la distance qui sépare les espaces montagnards des centres urbains, d'où proviennent essentiellement les touristes. L'accroissement des flux touristiques vers les montagnes a résulté de la démocratisation de la pratique sportive du ski, et plus précisément de sa diffusion dans les classes moyennes de la population caractérisées par de faibles taux de mobilité.

⁹ SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios : « *Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce* », 2006, p 14

¹⁰ Ibid. p 15

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

L'accroissement de la mobilité des individus, dû à la multiplication des moyens de transports individuels (automobile), ainsi que l'augmentation du nombre des vacances de courte durée (week-ends), ont contribué à créer d'importants flux touristiques supplémentaires, de courte durée de séjours, vers les montagnes. Il apparaît donc que les facilités d'accès, représentant un facteur primordial d'aménagement des stations de sports d'hiver, sont en étroite relation avec le cadre socio-économique et idéologique existant. L'intensité des flux touristiques reflète le taux de satisfaction de séjour, même s'il s'agit de facteurs relatifs de base et concernant l'aménagement des stations de sports d'hiver.

7. L'impact du tourisme sur les écosystèmes des régions montagneuses :

Les impacts du tourisme sur les écosystèmes, les communautés et les économies des régions montagneuses peuvent prendre différentes formes. Si la plupart des impacts décrits ci-dessous sont négatifs, le tourisme peut aussi avoir des impacts positifs. Il peut en effet promouvoir la Paix, participer au développement d'un sentiment de fierté pour les traditions culturelles, aider à échapper à la désertification rurale en créant des emplois au niveau local et permettre aux voyageurs de prendre conscience des valeurs et biens naturels, culturels et historiques de la région.¹¹

7.1 Les impacts environnementaux :

Les paysages de montagne sont particulièrement fragiles et sont sensibles au changement et à la dégradation. Glissements de terrain, avalanches, coulées de lave, tremblements de terre, torrents ou chutes de pierre sont autant d'événements naturels qui peuvent entraîner des modifications inopinées du paysage. La mauvaise organisation de l'activité touristique risque de multiplier les effets négatifs de cette dernière sur l'environnement.

7.1.1 La transformation des paysages :

Une des plus anciennes et des plus importantes pratiques touristiques, est la contemplation du paysage, celle-ci est menacée par la multiplication des touristes et des équipements destinés à satisfaire leurs besoins. En montagne comme ailleurs, le tourisme présente ce curieux paradoxe de dégrader, voire détruire, la ressource paysagère qui lui a donné naissance.¹²

L'importance opération d'aménagement de la montagne à des fins touristique (station

¹¹ SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios : « *Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce* », 2006, p 14

¹² BERNARD Debarbieux : « *tourisme et montagne* », Economica, Paris, 1995, p 83

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

d'altitude, remontée mécanique, route...) constitue une grave menace pour le relief montagneux.

7.1.2 Les modifications écologiques :

Rares sont les catastrophes écologiques imputables à l'aménagement ou la fréquentation touristique en montagne. Mais cette dernière est à l'origine de nombreux atteints à l'environnement, sources de déséquilibres des écosystèmes montagnard ; le déboisement dans des milieux sensibles. Les prélèvements d'eau sur les réserves et les écoulements, aggravés par la mode des loisirs très gros consommateur (golf, piscine). Comme dans toutes les stations touristiques, il existe un problème du traitement des eaux usées, déchets alimentation.¹³

Indépendamment de ces atteints, la présence même des touristes est source de perturbations. De nombreuses études ont prouvé que l'érosion est sensiblement accrue sur les sites très fréquentés (sentiers) et dès que l'aménagement exige la disparation même momentanée du couvert végétal (tracé de pistes de ski). Mais parfois les perturbations ou les Atteintes dépasse la flore, elle touche aussi la faune (les espèces animales) notamment les oiseaux sauvages par les pratiquants de l'escalade et les adeptes du ski hors-piste.

La forte fréquentation touristique en montagne devient une vraie menace pour l'écologie à cause de des différents formes de pollution notamment ce qui traduit par la circulation automobile.

7.2 Les impacts socioculturels :

Les activités touristiques peuvent avoir aussi des graves impacts sur les régions montagneuses. Le tourisme peut détruire les caractéristiques d'une région et même ses coutumes, sa culture et sa langue. L'influence des touristes qui apportent une culture différente dans une certaine région est tel qu'il peut totalement changer les coutumes d'une région.¹⁴

Le tourisme peut avoir des effets non négligeables sur le mode de vie, la culture et les relations sociales des populations. Ces effets dynamiques et varies amorcent des changements dans le style de vie, les systèmes de valeurs, les traditions, les relations familiales et régionales,

¹³ BERNARD Debarbieux. Op Cite P 84.

¹⁴ MEKATI Henia : « dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie », p 89.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

la conduite morale, la santé, la sécurité dans les destinations touristiques, une nouvelle manière de s'habiller et même des nouveaux modes de la consommation. Le tourisme transforme ainsi les mentalités introduit de nouvelles conceptions du travail, de l'argent et des rapports interpersonnels.

Par ailleurs, le contact et l'appropriation des traditions, des modes de vie et des produits étrangers risquent de menacer la spécificité et l'intégrité des cultures, des traditions, des connaissances et la qualité de vie des populations des régions montagneuses.

7.3 Les impacts économiques :

Le tourisme peut-être une source importante d'emploi au niveau local, mais en cas de mauvaise gestion des activités touristiques, cela risque d'être un emploi à court terme et saisonnier, privant ainsi le personnel local de la possibilité d'acquérir des connaissances techniques et une formation réelle. Cela peut entraîner de mauvaises conditions de travail ainsi que la fuite des bénéfices au profit non pas de l'économie local mais des sociétés étrangères.¹⁵

Le volume des politiques des aménagements programmes excédait souvent la capacité des petites entreprises locales, aussi n'sont-elles pas toujours peux bénéficier du marché touristique autant qu'elle l'aurait voulu. Parfois le développement touristique semble avoir contribué à l'accélération du déclin agricole en exerçant une concurrence notamment sur l'emploi et le foncier.

Section 2 : Les impacts et les outils de protection environnementale en zone de montagne.

2.1 : impact environnementaux du tourisme de montagne

Les paysages de montagne sont particulièrement fragiles et sont sensibles au changement et à la dégradation. Glissements de terrain, avalanches, coulées de lave, tremblements de terre, torrents ou chutes de pierre sont autant d'événements naturels qui peuvent entraîner des modifications inopinées du paysage. Les écosystèmes des régions montagneuses comportent une grande variété de petits habitats uniques, dont la faune et la flore peuvent avoir une phase

¹⁵ PIQUEMAL pierre: « *Tourisme et Développement Durable : Le Tourisme peut-il être un vecteur de développement et sous quelles formes ?* », Paris, 2010, p 5.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

de croissance et de reproduction très courte et dont l'équilibre risque d'être bouleversé par une activité humaine intrusive.

Les activités touristiques nécessitent souvent le développement et l'usage intensif de pistes, de chemins et de pentes par des véhicules motorisés et non motorisés et des piétons.

La présence touristique est aussi souvent concentrée sur de petites zones, contribuant ainsi à une augmentation notable du bruit et de la pollution. Une mauvaise organisation risque de multiplier les effets négatifs des activités touristiques sur l'environnement, tels que la raréfaction de la végétation, l'érosion du sol, la destruction des habitats rares, la modification de terrains et de cours d'eau importants, la pollution de l'eau et de l'air, le déplacement de la faune ou des changements de comportement. L'introduction d'espèces exotiques envahissantes et de maladies peut aussi avoir un impact négatif important sur les espèces végétales et animales locales.¹⁶

2.1.1 : La dégradation des sols

Une mauvaise gestion des sols, associée à un choix de sites et modes de construction et de conception peu durables ou mal pensés, provoque l'érosion des sols, des glissements de terrains, et des inondations. Par exemple, dans beaucoup de régions côtières, les équipements touristiques en front de mer ont fait augmenter ces risques suite à la disparition des protections naturelles, notamment les dunes et le couvert végétal. Des murs et barrages ont souvent été construits dans le but de stopper l'érosion, mais ces structures n'ont fait qu'aggraver les problèmes qu'elles entendaient combattre. Par ailleurs, la construction de décharges enfouies pour l'élimination des déchets peut provoquer la contamination des sols.¹⁷

2.1.2 : La dégradation de la végétation

La construction induit souvent des terrassements, le défrichage de la terre, le remblaiement, le dragage, et le nivellement des sols, entraînant la destruction partielle voire totale de la végétation du site. Cela interrompt sérieusement les cycles naturels des écosystèmes environnants. Les impacts indirects sont l'érosion, la disparition d'espèces, la pollution des cours d'eau, les risques d'incendies, et l'introduction d'espèces étrangères à la région. Le dépôt

¹⁶ IBD, page 13.

¹⁷ www.unep.fr/shared/publications/cdram/DTIX1043xPA/doc/fr/partie2.PDF. Page 11.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

sauvage des déchets peut aussi affecter la végétation par des changements de l'équilibre des sols et en faisant obstruction à l'air et la lumière.¹⁸

2.1.1.1 : La végétation peut aussi être endommagée par les activités touristiques

- ❖ Le campement, le piétinement, et le traçage des chemins peuvent mener à la dégradation de la couverture végétale, accentuant l'érosion et le lessivage des sols. L'ampleur des dégâts dépend de la vulnérabilité et de la pression exercée sur l'écosystème. Dans les régions plates dont les sols compacts portent un grand nombre d'espèces de plantes vivaces, les effets peuvent être minimes ; mais sur les collines et les dunes la végétation est beaucoup plus vulnérable. Le piétinement peut aussi avoir un effet négatif sur le système racinaire de certaines espèces, tels que les séquoias redwood.
- ❖ La cueillette permanente des fleurs, plantes, et autres champignons peut modifier la répartition des espèces.
- ❖ Le fait de couper volontairement les jeunes arbres pour stabiliser les sentiers, de tailler des mâts de tente ou de faire du feu peut être désastreux pour l'écosystème.
- ❖ La suppression des jeunes arbres modifie la structure d'âge de la communauté de plantes et le nombre d'arbres arrivant à maturité diminue.
- ❖ Dans les zones maritimes (eaux côtières, récifs, plages et rivages, eaux du large, terres immergées et lagons) de nombreuses activités touristiques se déroulent dans ou à proximité d'écosystèmes fragiles. L'ancrage de bateaux, la plongée en tuba ou sous-marine, la pêche sportive, le nautisme, et la navigation de plaisance font partie des activités pouvant cause une dégradation directe des écosystèmes marins, tels que les récifs coralliens, et avoir un impact non négligeable sur la protection des côtes et des pêcheries.¹⁹

2.1.3 : Impacts sur la faune et la flore

Les visites, la photographie, et dans certains cas la chasse sont d'importantes activités touristiques. Mais, au cours des trente dernières années, le tourisme est de toute évidence devenu victime de son propre succès. Le nombre toujours croissant d'hébergements touristiques, de terrains de camping et, par exemple, de véhicules de safari, associé à la pression

¹⁸ www.unep.fr/shared/publications/cdram/DTIX1043xPA/doc/fr/partie2.PDF. Page 11.

¹⁹ www.unep.fr/shared/publications/cdram/DTIX1043xPA/doc/fr/partie2.PDF.page12.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

croissante de la population grandissante locale sur les parcs et les réserves naturelles pour l'agriculture, la nourriture, et l'énergie dépassent les capacités naturelles de ces zones.

2.1.3.1 : Les effets du tourisme sur la vie sauvage sont les suivants

- ❖ La perturbation des habitudes (mode d'alimentation, élevage des petits) et des relations prédateur – proie est surtout due aux véhicules des touristes qui suivent et traquent les animaux afin de réussir un beau cliché. Les écrivains naturalistes ont aussi décrit de nombreux cas où de jeunes animaux étaient fatalement séparés de leurs mères par la pratique illégale du hors-piste lors de safaris et ont également relevé de nombreux cas où des touristes bruyants interrompaient la chasse de prédateurs.
- ❖ La création de réserves a aidé certaines espèces à proliférer artificiellement. Ceci peut stimuler les affrontements et conduire à la destruction des habitats naturels.
Par exemple, au cours des dernières années, la population d'éléphants considérablement augmenté dans les réserves d'Afrique centrale et du Sud. Ces larges populations ont déraciné des arbres et détruit le couvert végétal, réduisant la nourriture disponible pour d'autres espèces comme la girafe.
- ❖ Les déchets générés par les touristes et les hôtels attirent les rongeurs, les oiseaux, et d'autres espèces, l'ours par exemple. Cela affecte non seulement les modes d'alimentation des animaux mais modifie aussi la composition de la végétation environnante.
- ❖ L'utilisation d'animaux pour la fabrication de souvenirs est interdite dans le monde entier, mais le braconnage continue de prospérer dans toutes les parties du monde. Nul doute que cela continuera tant que peaux, fourrures, cornes, coquilles, queues, sabots, défenses, griffes, et animaux empaillés atteindront des prix records, et que les revenus du tourisme ne profiteront pas à la population locale.
- ❖ Tous ces impacts perturbent la croissance et la survie des espèces animales et, avec la destruction de la végétation, contribuent directement à la diminution de la biodiversité.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

2.1.4 : La transformation des paysages

Une des plus anciennes et des plus importantes pratiques touristiques, est la contemplation du paysage, celle-ci est menacée par la multiplication des touristes et des équipements destinés à satisfaire leur besoins. En montagne comme ailleurs, le tourisme présente ce curieux paradoxe de dégrader, voire détruire, la ressource paysagère qui lui a donné naissance.²⁰

L'importance opération d'aménagement de la montagne à des fins touristique (station d'altitude, remontée mécanique, route...) constitue une grave menace pour le relief montagneux.²¹

2.1.5 : Les modifications écologiques

Rares sont les catastrophes écologiques imputables à l'aménagement ou la fréquentation touristique en montagne.²²

Mais cette dernière est à l'origine de nombreux atteints à l'environnement, sources de déséquilibres des écosystèmes montagnard ; le déboisement dans des milieux sensibles. Les prélèvements d'eau sur les réserves et les écoulements, aggravés par la mode des loisirs très gros consommateur (golf, piscine). Comme dans toutes les stations touristiques, il existe un problème du traitement des eaux usées, déchets alimentation.

Indépendamment de ces atteints, la présence même des touristes est source de perturbations. De nombreuses études ont prouvé que l'érosion est sensiblement accrue sur les sites très fréquentés (sentiers) et dès que l'aménagement exige la disparation même momentanée du couvert végétal (tracé de pistes de ski). Mais parfois les perturbations ou les atteintes dépasse la flore, elle touche aussi la faune (les espèces animales) notamment les oiseaux sauvages par les pratiquants de l'escalade et les adeptes du ski hors-piste.

La forte fréquentation touristique en montagne devient une vraie menace pour l'écologique à cause de des différents formes de pollution notamment ce qui traduit par la circulation automobile.²³

²⁰ DERBARBIEUX Bernard ; « tourisme et montagne », édition economica, 1995, page 83.

²¹ NEHAL Ali, mémoire de master spécialité management économique des territoires et entrepreneuriat ; « le tourisme de montagne peut être un outil de développement local », université Abderrahmane mira, 2015, page 66

²² DERBARBIEUX Bernard, « tourisme et montagne », édition economica, 1995, page 84.

²³ NEHAL Ali, mémoire de master spécialité management économique des territoires et entrepreneuriat ; « le tourisme de montagne peut être un outil de développement local », u Abderrahmane mira, 2015, page 66 et 67

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

2.2 : les outils de protection environnementale en zone de montagne

La préservation de l'environnement fait l'objet de dispositions constitutionnelles qui font obligation à l'Etat et aux citoyens à mettre en œuvre les moyens nécessaires à la sauvegarde du milieu naturel.²⁴

Les zones montagneuses abritent une importante biodiversité à l'équilibre écologique fragile. Elles représentent environ 30 % des zones terrestres protégées. En dehors de l'Antarctique, 17 à 18 % des zones montagneuses sont protégées, soit un peu plus que la moyenne de 12 à 15 % de l'ensemble des zones terrestres, mais en Eurasie et en Afrique elles ne représentent que 10 à 15 % de la superficie montagneuse contre 23 à 32 % sur les autres continents. Sur les 4 000 zones clés de biodiversité recensées en montagne dans le monde, seuls 20 % sont entièrement ou partiellement protégées.

La protection des montagnes a été reconnue comme un objectif majeur pour le développement durable au sommet de Rio en 1992.²⁵

Pour cela ; en peut idée et intervenir à la protection de l'environnement montagnard par plusieurs outils et moyen:

2.2.1 : Le développement durable

2.2.1.1 : forêts

Les forêts de montagne représentent 23% de l'ensemble du ouvert forestier de la planète. Elles constituent une source de bois, de combustible, de plantes médicinales et aromatiques, de nourriture et de fourrage. Les forêts de montagne protègent la terre en réduisent les émissions de CO₂, et en servant de rempart contre les catastrophes naturelles.

Objectifs : Au moins 50% des forets de montagne sont utilisés dans le cadre de systèmes de gestion durable des forêts.

2.2.1.2 : changement climatique

Les écosystèmes de montagne sont facilement déstabilisés par les variations climatiques. De nombreux glaciers de montagne sont en train de fondre et le couvert neigeux subit des modifications, influant sur les disponibilités en eau à l'échelle mondiale. Le

²⁴ A. Villeneuve ; A. Castelein ; M.A. Mekouar, « Les montagnes et le droit –tendances émergentes », organisation des nations unis pour l'alimentation et l'agriculture Rome, 2002, p 52.

²⁵ <https://fr.wikipedia.org/wiki/Montagne>.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

changement climatique aggrave également la désertification et la dégradation des terres, contribuant ainsi au recul des terres arables dans les zones de montagne.

Objectifs : préserver les services éco-systémiques et la biodiversité des montagnes, en améliorant la résilience des zones de montagne. Assurer une bonne gestion de l'eau et des autres ressources naturelles.

2.2.1.3 : réduction des risques de catastrophe

Les communautés de montagne sont particulièrement vulnérables aux phénomènes météorologiques extrêmes et aux catastrophes naturelles, comme les inondations, les glissements de terrain et les avalanches. En outre, elles sont particulièrement concernées par les tremblements de terre et les éruptions volcaniques.

Objectifs : d'ici 2030, renforcer la résilience et réduire de 50% le nombre des décès dus à des catastrophes naturelles dans les régions de montagne.

2.2.1.4 : biodiversité

Les montagnes abritent environ 25 % de la biodiversité terrestre ainsi que des ressources génétiques vitales pour les cultures vivrières et le bétail. Ce patrimoine mondial est sérieusement menacé par les changements d'affectation des terres et le changement climatique.

Objectifs : les pays adoptent le programme de travail sur la diversité biologique des montagnes élaboré par la convention sur la diversité biologique.²⁶

2.2.2 : le tourisme durable

Le tourisme durable consiste à appliquer les principes du développement durable à toutes les formes de tourisme. Il s'agit donc de veiller aux équilibres socioculturels et écologiques tout en favorisant le développement économique des destinations et des entreprises touristiques. D'ailleurs, la sauvegarde voir la protection des ressources naturelles et du patrimoine culturel occupe une place fondamentale dans la stratégie de valorisation des ressources et des potentialités touristiques.²⁷

²⁶ www.fao.org/lesmontagneetlesobjectifsdedeveloppementdurable/pdf.

²⁷ MEBARKI Houa, « Développement durable et tourisme : quels enjeux ? Cas de la wilaya de Bejaïa », mémoire de master en science économique ; option : Aménagement du territoire et développement, université de Abderrahmane mira de Bejaia, 2012/2013, p 43.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Les objectifs de tourisme durable :

- Le tourisme durable cherche à valoriser des transports plus sobres,
- L'usage du train et du vélo en particulier.
- valoriser les produits locaux.
- limiter les infrastructures à fort impact environnemental.
- Protège l'environnement
- protège la faune
- assurer la durabilité des ressources naturelles pour la nouvelle génération

2.2.3 : Création des parcs naturels

Le parc naturel est considéré comme un espace réglementé, dont l'objectif principal est de sauvegarder et protéger l'environnement et les paysages (espèces végétales ou animales). Celui-ci peut s'intéresser aux visiteurs ou aux touristes notamment dans le cadre éducatif et culturel. Le parc n'est pas moins important que les stations et les équipements dans l'aménagement touristique d'une montagne.

La création d'un parc naturel, conformément à la réglementation ou régissant la protection de la nature et des paysages, cette réglementation peut déterminer le niveau d'ouverture au tourisme, donc, un parc naturel a du succès il doit être privilégié par la loi qui détermine les équipements et les objectifs de son existence. Par exemple :

- Préserver et revaloriser la nature et les paysages.
- Soutenir un développement durable.
- Sensibiliser et éduquer à l'environnement.²⁸

2.2.4 : autre outil de protection

Chaque pays possède son propre système de protection de l'environnement, adapté aux différentes conditions nationales (particulièrement en ce qui concerne la densité de l'habitat) et aux objectifs et au degré de la protection. Ces systèmes comprennent :

- Des parcs nationaux et régionaux.

²⁸ NEHAL Ali, mémoire de master spécialité management économique des territoires et entrepreneuriat ; « le tourisme de montagne peut être un outil de développement local », université Abderrahmane Mira, 2015, page 72

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

- Des réserves naturelles.
- Des réserves forestières.
- Des sites d'intérêt scientifique spécifique.
- Des réserves de nature protégée.
- Des paysages protégés et culturels.
- Des sites classés.
- Des monuments historiques, et beaucoup d'autres.

Les origines de certaines zones protégées remontent à plusieurs siècles, lorsqu'elles furent constituées en territoires de chasse royaux.

De nombreux règlements sont construits sur le même modèle avec des catégories de protection différentes : des zones strictement protégées où toutes les activités sont en général interdites ; des activités contrôlées (agriculture, pêche, sylviculture, chasse, recherche) ;

Des activités autorisées dans le respect de règles restreintes (activités saisonnières ou ciblées). Bien qu'aucune de ces politiques ne vise explicitement les zones de montagne, une part importante des zones les plus hautement protégées, comme les parcs nationaux.

Chapitre II: La zone de montagne en Algérie

Conclusion

Les régions montagneuses représentent la deuxième destination touristique après les cotes et les îles et pour cela le tourisme de montagne est considéré comme un facteur de développement territorial. Mais, le tourisme à besoins d'une forte dynamique et volonté économique pour ce développer que cela soit à l'échelle local ou national. Il nécessite des ressources humaines qualifiées et ouvertes aux réalités touristique, des moyens financiers colossaux (moderniser les systèmes bancaire...), une infrastructure moderne et importante et des mesure d'accompagnement strictes (règlementation, protection de l'environnement, protection des sites naturel...etc.) pour qu'il soit la population montagnard profiter.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Introduction

Le parc national est un espace naturel d'intérêt national, institué dans le but de protéger l'intégrité d'un ou plusieurs écosystèmes. Il a pour objectif d'assurer la conservation et la protection des régions naturelles uniques, en raison de leur diversité biologique, tout en les rendant accessibles au public à des fins d'éducation et de récréation.

Tikjda est un site classé au patrimoine universel par l'UNESCO, les chaînes montagneuses qui s'étendent sur le territoire de la wilaya de Bouira particulièrement, et du chaîne du Djurdjura au nord -Est, sont très favorables au développement du tourisme de montagne avec toutes les activités qui pourraient être pratiquées à leur niveau, selon les saisons, comme les sports d'hivers, l'écotourisme, la chasse touristique des recherche scientifique.

Ainsi dans ce chapitre, nous allons faire en premier lieu une présentation synthétique de l'activité touristique dans notre zone d'étude de Tikjda. Ensuite, nous allons présenter les résultats de notre questionnaire.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Section 01 : Présentation du parc national du Djurdjura (Tikjda).

Dans cette section, nous passons en revue quelques éléments relatifs au tourisme, nous commençons notre section par la présentation d'un bref aperçu historique, géographique, démographique, ainsi la présentation de la station du Tikjda et les facteurs attractifs, afin de mieux cerner les impacts positifs et négatifs du tourisme, l'ensemble des acteurs qui interviennent pour dynamiser le territoire et aussi les projets d'avenir à actualiser.

1-1 : Aperçus historique, géographique sur le Parc National du Djurdjura (PND).

Les premières exploitations Botaniques au Djurdjura, remontent aux années 1850 d'après Bernmouffok (1993), le massif de Djurdjura a depuis longtemps déjà, retenu l'attention de nombreux chercheurs grâce à ses qualités naturelles qui lui valurent le statut du parc national.¹

1-1-1 : Aperçu historique sur le Parc National du Djurdjura

Le parc national du Djurdjura a été créé par décret n° 48-74 du 08 septembre 1925, par le gouverneur général de l'Algérie Mr CHARLES LUTAUD. A cette époque coloniale, deux sociétés ont suscité sa création, qui est : la société d'histoire de l'Afrique du nord et celle de l'horticulture d'Alger.

Deux hommes ont suggéré la création de ce parc, ce sont le docteur R. MAIRE, professeur de botanique à l'université d'Alger, et Mr L. TRABUT président de la société d'horticulture d'Alger.

Le parc était le siège de batailles et de résistance lors de la guerre de l'indépendance, en raison de ses massifs forestiers et rocheux, qui servaient de refuge aux combattants. Il est d'une superficie de 16550 ha, ses principales missions étaient la récréation et les loisirs.

Après l'indépendance, il a été reclassé par décret n° 83-460 du 23/07/1983 avec une superficie de 18550 ha, puis érigé en réserve de biosphère le 15 décembre 1997.

Sa configuration géographique de consistance karstique, se présente sous forme d'un arc de cercle orienté d'est en ouest, le Djurdjura culmine respectivement dans le massif de Haïzer à l'ouest à 2194 m, dans le massif de l'Akouker au centre à 2305 m et dans le massif de Lalla khedidja à l'est à 2308 m.

¹ AMIRI Nassim, « Analyse de la flore du parc national du Djurdjura », mémoire de master en sciences de l'environnement, université de Bejaia, 2014/2015, page 07.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Le PND est délimité sur un territoire de hautes montagnes, il fait partie de la zone interne des maghrébins, c'est la partie africaine de la chaîne alpine.²

1-1-2 : Aperçu géographique

Le parc national du Djurdjura est situé au nord de l'Algérie dans la région de Kabylie à 140 km au sud-est d'Alger et à 50 km de la mer méditerranéenne, il est d'une superficie de 185,5 km². Il est réparti en cinq secteurs (Ath Ouabane , Tala Guilef) dans la wilaya de Tizi-Ouzou), (Tala Rana, Tikjda) dans la wilaya de Bouira et Tirourdha qui chevauche sur les deux wilaya Bouira et Tizi- Ouzou.

Il est délimité par Yathafen, Iboudraren, Akbil, Ifarhounen de la wilaya de Tizi-Ouzou. Il appartient à la wilaya de Bouira³.

1-1-3: La démographie et l'emploi dans le parc national du Djurdjura

La densité de la population avoisinant est de 80000 habitants à la périphérie immédiate du parc national et 6000 habitants à l'intérieur, selon le recensement de 2008.

Le nombre d'emplois dans le parc national du Djurdjura est de 93 employés, qui sont tous des villageois, 120 employés dans le centre national de sports et loisirs de Tikjda qui sont des villageois et avoisinant, 10 à 15 employés /jours dans le domaine de la protection civil qui sont des nationaux (travaillent en équipe), 150 à 200 employés dans le secteur militaire et paramilitaire⁴.

1-2 : Présentation de la station de Tikjda

Tikjda est un site touristique en Algérie, situé à l'est de la wilaya de Bouira, à 1478 m d'altitude au cœur de la chaîne montagneuse du Djurdjura, et siège administratif du parc national et biosphère de l'UNESCO.

Tikjda, commune d'ELASNAM, wilaya de Bouira en Algérie, à 32 kilomètres à l'est du chef-lieu de la wilaya, est une ancienne station de ski à 1478 mètres d'altitude, sur le versant sud du Djurdjura en Kabylie⁵.

² Documentation interne de parc national de Djurdjura.

³ Plateforme de collaboration scientifique du parc national du Djurdjura.

⁴ La direction du parc national du Djurdjura.

⁵ « Le tourisme en Algérie- Tikjda/hot... ?Disponible sur:<https://www.scoop.it/2016/03/22/tour> .

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

1-3 : Les facteurs attractifs et activités touristiques dans la station de Tikjda

La station touristique de Tikjda est un site d'excellence, très favorable au développement du tourisme de montagne avec toutes les activités qui pourraient être pratiquées à leur niveau selon les saisons, la fréquentation touristique de ces sites à atteint 40 000 visiteurs en hiver ,10 000 visiteurs en automne et 25 000 visiteurs en été, la présence des touristes étrangers est marqué aussi, il atteint 15 000 étrangers selon les statistiques de 2008, la majorité de ses touristes sont venu principalement des pays du golfe, des pays européens et des pays asiatiques, ils sont attirés par :

- La diversité floristique et faunistique
- La montagne, le climat et l'air pur
- Les sites et les paysages : la station touristique Tikjda offre une mosaïque de paysages aussi divers avec une chaîne karstique majestueuse et des sites panoramiques remarquables.
- Les manifestations scientifiques : la station touristique de Tikjda, participe chaque année dans la célébration des journées commémoratives, par l'organisation des séminaires, conférences, expositions, projection des diapos suivis de débats et des journées d'études sur les thèmes liés à la conservation et à la protection de la nature.
- La visite des musées : les musées sont classés parmi les sites les plus fréquentées par les touristes.
- Les activités sportives :
 - le ski.
 - l'escalade.
 - la spéléologie.
 - la randonnée pédestre et équestre.
 - la randonnée sur neige.
 - le vtt.
 - le parapente.
 - les stages de préparation pour les sportifs.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

❖ Les activités hôtelières à Tikjda

- la restauration
- l'hébergement touristique : la station de Tikjda contient 04 hôtels dont la capacité est de 460 lits fonctionnels. Un bloc de 150 lits est actuellement fermé et un nouvel hôtel de 162 lits est en cours de réalisation, avec ces deux structures la capacité d'accueil atteindra 800 lits pour 250 chambres avec une durée de séjours qui varie entre 2 jours pour les familles et de 11 à 20 jours pour les sportifs.

❖ Les activités artistiques

- les spectacles de clown et de magie.
- les soirées artistiques.
- le concours de beauté miss Tikjda.
- l'ouverture de la saison hivernale.
- l'ouverture de la saison estivale.

❖ Les activités socioéducatives

- Sorties pédagogiques.
- Mobilités de jeunes.
- Jeux et concours de loisirs, et autres activités tel que les séminaires et les conférences.

1-4 : Les impacts de la fréquentation touristique à Tikjda

Au cours des dernières décennies, le PND a connu un problème lié à la sur fréquentation et à l'irrégularité de la répartition spatiotemporelle des visiteurs dans certaines parties de son territoire, comme Tikjda et autres.

Actuellement, la situation se complique davantage, le PND fait face à un nouveau type de public qui se désintéresse absolument du parc et de ses richesses naturelles. Les us et mœurs de ce « nouveau public », défient les règles de la moralité, bousculent les traditions régionales et font fuir le public familial traditionnel. D'autres localités ont surgi : la vente illicite d'alcool, la production d'une immense quantité de déchets solides et agressions de toutes sortes.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

-Les impacts négatifs de la fréquentation touristique à Tikjda

Pour ce point, nous allons nous appuyer sur les résultats de notre entretien auprès des responsables de la station de Tikjda, PND et l'hôtel de Tikjda.

- ✓ La Pollution des milieux naturels (dépotoirs et effluents) : le problème de dépotoirs et de décharges sauvages d'ordures est de plus en plus crucial, surtout dans la zone périphérique immédiate du parc, qui a été traversé par la RN 15, RN 31, RN 33, qui présente une source de pollution solide.
- ✓ La dégradation du couvert forestier à cause des coupes illicites de bois ou encore le surpâturage à raison de 5 à 7 têtes par hectare, au lieu du taux de 0,75 têtes /ha réglementaire⁶.
- ✓ Les incendies : au Djurdjura, les feux de forêt représentent le facteur de dégradation le plus ravageur de la végétation.
Ils représentent l'un des problèmes les plus complexes, lié à une multitude de facteurs déterminants entre autre la nature même de la forêt, les conditions climatiques et la situation sociale des riverains.
- ✓ L'insuffisance des connaissances sur la valeur patrimoniale du parc, vu l'immensité du territoire et la riche biodiversité de Tikjda, les connaissances sur les milieux naturels restent insuffisantes malgré les efforts fournis par les gestionnaires du parc.
- ✓ Délits et agressions diverses : l'extraction de pierres, la coupe de bois, le défrichage, le braconnage, la capture d'animaux sauvages et l'exploitation démesurée des ressources phylogénétiques à des fins utilitaires et commerciales sont les délits les plus fréquents dans la station Tikjda.
- ✓ Dégradation des conditions de vie des populations : autour de Tikjda il ya des villages qui sont habités qui sont caractérisés par un tissu social très dense, L'analyse socioéconomique de cette population a montré que les milieux naturels et/ou forestiers du parc ont joué de tout temps un rôle important dans la vie rurale et a participé dans l'amélioration de revenus des ménages, surtout que les conditions de vie de cette population est difficile, dégradé et précaire par la fourniture de bois d'oeuvre ou de chauffage, de champignons, de plantes médicinales, de miel et d'autres produits.
- ✓ Relations Parc-Partenaires insuffisantes : le partenariat insuffisant avec les autres secteurs (les forêts, les mines, le tourisme, la recherche scientifique et autres) est l'un

⁶ « Djurdjura Archives /El watan », disponible sur : <https://www.elwatan.com/tog/djurdjura>

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

des problèmes majeurs qui a entravé l'intervention des gestionnaires du parc, la concrétisation et la réussite des programmes.

- ✓ le surpâturage, cousant un broutage excessif de la végétation et des jeunes plants forestiers empêche toute régénération, épuise les ressources disponibles, dégrade les parcours et les soumet à l'érosion⁷.
- ✓ Conjoncture sécuritaire défavorable : le manque de sécurité met le touriste en danger et minimise la fréquentation touristique pour ladite zone.
- ✓ L'insuffisance des investissements : la contribution des investisseurs privés existe mais de façon éphémère et la population locale n'est pas assez impliquée et parfois même elle contribue à freiner le développement de l'activité touristique dans la commune.
- ✓ La dégradation des routes et l'absence d'accessibilité au transport public.
- ✓ Le statut du parc national du Djurdjura est l'obstacle majeur de développement de l'activité touristique, aucune autorisation de projets n'a été établie au profit des investisseurs.
- ✓ L'absence de préposés à la surveillance aux endroits reconnus très sensibles, le manque d'entretien du réseau de plaques de signalisation indique que l'éducation et la sensibilisation, qui constituaient le fer de lance de la protection du parc pendant près d'un quart de siècle ne sont plus à l'honneur.
- ✓ Des milliers de véhicules qui traversent des zones sensibles du PND et qui provoquent de la qualité de l'air.
- ✓ La réalisation des routes goudronnées est perçue comme une agression de l'écosystème, car cela provoque la fragmentation écologique, ce qui empêche les espèces animales à se déplacer librement dans leur environnement naturel, ce qui perturbe leur cycle de vie.
- ✓ Le braconnage des animaux cause des dégâts importants sur la faune du Djurdjura (des oiseaux rares sont capturés et vendus au su et vu de tout le monde).
- ✓ L'exploitation effrénée des plantes aromatiques et médicinales, a considérablement appauvri la consistance de plusieurs espèces végétales du Djurdjura⁸.
- ✓ Manque de centre d'information et d'orientation qui doit être présenté et installé par la Direction du tourisme.

⁷ « Analyse de la flore national du Djurdjura », université de Bejaia, disponible sur www.univ-bejaia.dz/bistream/hanale

⁸ « Le parc national du Djurdjura sous pression /El watan », disponible sur : <https://www.elwatan.com>.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

- Les impacts positifs

Le tourisme présente une place de plus en plus grande. Son importance se mesure aussi bien par la valeur ajoutée générée, par le nombre d'emplois créés que par les effets induits et entraînants sur les autres secteurs (transport, énergie, agriculture, artisanat...) et aussi il peut générer des équilibres territoriaux.

- ❖ Nouvelles possibilités de création d'emplois : l'un des objectifs de toute politique de développement est de minimiser le taux du chômage. Le tourisme, étant un vecteur de progression économique peut de manière directe encourager l'activité locale, dans la mesure où il se traduit par la création d'emplois.
- ❖ Le secteur touristique, offre la possibilité pour le produit de la formation en tourisme de la région et d'accroître leur revenus et d'améliorer leur niveau économique dans les zones de montagne. Il reste, donc, un secteur à encourager pour accroître les chances d'emplois et d'offrir de nouvelles opportunités aux jeunes qualifiés. Ces emplois peuvent être :
 - Emplois directs : la création des différents emplois dans le secteur hôtellerie (restauration et hébergement)
 - Emplois indirects : le tourisme peut créer de nombreux emplois indirects, particulièrement dans le secteur agricole, artisanal, le transport, travaux de bâtiments...
- ❖ Source de revenu supplémentaire : le tourisme peut également aider les secteurs existants et les petites entreprises à réaliser un supplément de revenu par une dynamique locale, favorise l'écoulement des produits du terroir (artisanat, produits agricoles...) qui restent une curiosité pour les visiteurs.

La fréquentation hôtelière et restauration génèrent des chiffres d'affaires importants qui sont en augmentation d'une année à l'autre.
- ❖ Amélioration du niveau de vie : la forte demande touristique conduit à l'augmentation des revenus et des impôts liés à la création d'emplois et d'entreprises ; ce qui permet de moderniser les infrastructures et les services locaux et de réduire la pauvreté.
- ❖ Conservation du patrimoine naturel et culturel local : le tourisme favorise le développement d'un sentiment de fierté et une sensibilisation à l'égard des atouts naturels et culturels de la région.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Il peut être la cause de la conservation des sites et de patrimoine par la sensibilisation et la prise de conscience dans la sauvegarde des monuments historiques, bâtiments anciens à valeur religieuse ou culturelle.

On peut constater que le nombre d'artisans est en hausse, depuis que les touristes s'intéressent aux produits de l'artisanat, ce qui stimule les artisans à reprendre leur métier d'autre fois, et faire revivre toujours le patrimoine artisanal et culturel.

❖ Un moyen de freiner l'exode rural

Le développement touristique est un précieux instrument d'aménagement du territoire, permettant de sédentariser la population locale et réduire le creusement des équilibres régionaux. Le tourisme de montagne est une réponse pour développer l'emploi et l'activité économique locale, qui permet aux populations rurales une vie décente, cette dernière qui annihile l'envie de quitter ces zones rurales.

❖ Le tourisme entraîne souvent une rencontre des champs socioculturels très éloignés, ce qui permet l'enrichissement mutuel des populations et des individus par un échange de vue et d'apports différents, à l'exemple des randonnées.

❖ Territoire qui préserve des endémiques végétales remarquables.

❖ Patient de résistance pendant la guerre⁹.

1-5 : Les intervenants dans le secteur de tourisme à Tikjda

➤ Les agences de voyages

Assurent la distribution des produits élaborés, les voyagistes présentent dans des brochures éditées en général pour chacun des deux saisons (hiver et été), elles vendent également des titres de transports grâce aux global distribution system « GDS » c'est un système informatisé qui permet d'accéder aux systèmes de réservation, en générale pour des entreprises ou des groupes constitués, il existe deux types : les détaillants et les spécialistes (en contact avec les fournisseurs, entreprises, comités d'entreprises, et des multinationales)¹⁰.

⁹ Etablie par nous-mêmes d'après les informations recueillies lors de l'entretien avec les responsables de la station de Tikjda.

¹⁰ « Qu'est-ce qu'une agence de voyage ? –voyage –information-Google..., disponible sur : <https://sites.google.com>.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

➤ Le centre national des loisirs et des sports de Tikjda (CNLS)

Le centre national des loisirs et des sports communément appelé station climatique de Tikjda, est réputé pour être une destination de choix pour le tourisme hivernal, ça prête également à la détente et au farniente durant la saison estivale, grâce aux commodités et activités qui s'y offrent. Nichée au coeur d'un pittoresque environnement dominé par le majestueux massif montagneux du Djurdjura. La station climatique de Tikjda convie, en effet, les estivants à apprécier les bienfaits multiples d'une réserve naturelle exceptionnelle¹¹.

➤ Le parc national du Djurdjura

Le parc national du Djurdjura est un espace naturel d'intérêt national institué dans le but de protéger l'intégrité d'un ou plusieurs écosystèmes, il a pour objectifs d'assurer la conservation et la protection de régions naturelles uniques, en raison de leurs diversité biologique, tout en les rendant accessibles au public à des fins d'éducation et de récréation¹².

➤ La fédération sport de la montagne

C'est une association consacrée à la pratique et au développement du ski et des sports de montagne, elle regroupe tous les clubs de ski, et gère les équipes au haut niveau international dans toutes les disciplines¹³.

➤ Les associations sport de montagne

Les associations sport de montagne ont pour objectifs: la sauvegarde, la valorisation et la promotion des richesses du patrimoine et les échanges qui sont les principaux objectifs d'association Tikjda¹⁴.

1-6 : Les contraintes rencontrées dans la gestion de la station de Tikjda

Les contraintes rencontrées dans la gestion de la station de Tikjda sont nombreuses :

- L'absence d'une structure devant fédérer les efforts de tous les intervenants à Tikjda.
- La pénurie d'eau potable en été en raison de la baisse du débit des ressources.
- L'absence d'un réseau digne de ce nom des eaux usées, une station d'épuration existe mais laissée à l'abandon.

¹¹ « Station climatique de Tikjda : une autre destination de choix pour estivants », disponible sur : www.aps.dz/regions/77250-la-station-climatique.

¹² « La direction du parc national du Djurdjura ».

¹³ « Fédération Algérienne de ski de sport de montagne » disponible sur : <https://fassmdz.blog4ever.com>

¹⁴ «Le rôle des associations dans la préservation des patrimoines-dhp,disponible sur :base.d-ph.info/fr/fiches/premiere_dph/fiche-premieredph-6408.html.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

- L'absence des remontées mécaniques pour permettre aux touristes de rejoindre les endroits de la moyenne montagne (les remontées mécaniques existant mais en panne).
- L'absence de navette de transports à partir des villes limitrophes.
- L'absence d'une planification et de projection pour les pistes de ski balisées selon les normes¹⁵.
- L'absence de signalétique pour les chemins de randonnées, plusieurs personnes se sont retrouvées perdues dans la nature, ce n'est qu'après l'intervention des services spécialisées qu'elles ont été retrouvées.

1-7 : Les projets d'avenir à mettre en œuvre dans la station de Tikjda

En ce qui concerne le CNSLT, plusieurs projets sont lancés et d'autres sont planifiés pour le moyen et le long terme.

- les ZEST (zones d'expansion et sites touristiques) : 2/3 des projets des zestes sont à l'intérieur du Parc National du Djurdjura, l'objectif principal de ce projet est de proposer des constructions (hôtels, piscines...), il y a une étude qui a été favorisée et une autre qui a été bloquée par le parc national du Djurdjura, car son rôle essentiel est la protection et la préservation des forêts.
- un terrain de football en cours de réalisation.
- une salle de sport en cours de réalisation.
- un nouvel hôtel de 160 lits en cours de réalisation.
- la réhabilitation du chalet du CAF.

Pour le long terme

- la réhabilitation des remontées mécaniques.
- l'aménagement des pistes de ski.
- la réalisation d'un terrain de neige.
- La mise en valeur des terres, la construction de murettes contre l'érosion hydrique et donc rétention du sol et développement de terrains de pâturage, débroussaillage, octroi d'arbres fruitiers pour encourager l'arboriculture de montagne.

¹⁵ Etablie par nous-mêmes d'après les informations recueillies lors de l'entretien auprès des responsables de la station de Tikjda.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Section2 : Démarche méthodologique de la recherche et résultats d'enquête

2-1: Analyse des résultats du questionnaire

Cette enquête s'est déroulée à l'aide d'un questionnaire, notre échantillon est constitué des usagés dans la station de Tikjda (résident, locaux, excursionnistes et touristes).

Pour cette enquête, on a réalisé de 14 questions qui s'articule autour de la fréquentation touristique, les différentes sources de revenu, les avantages et les contraintes de la fréquentation touristique dans la station de Tikjda, les intervenants dans ce secteurs touristique, « données personnelles » (tranche d'âge, profession). Et enfin, les projets d'avenir à réaliser dans cette station.

Ce questionnaire a été administré dans la station de Tikjda, aux visiteurs, par nous-Même.

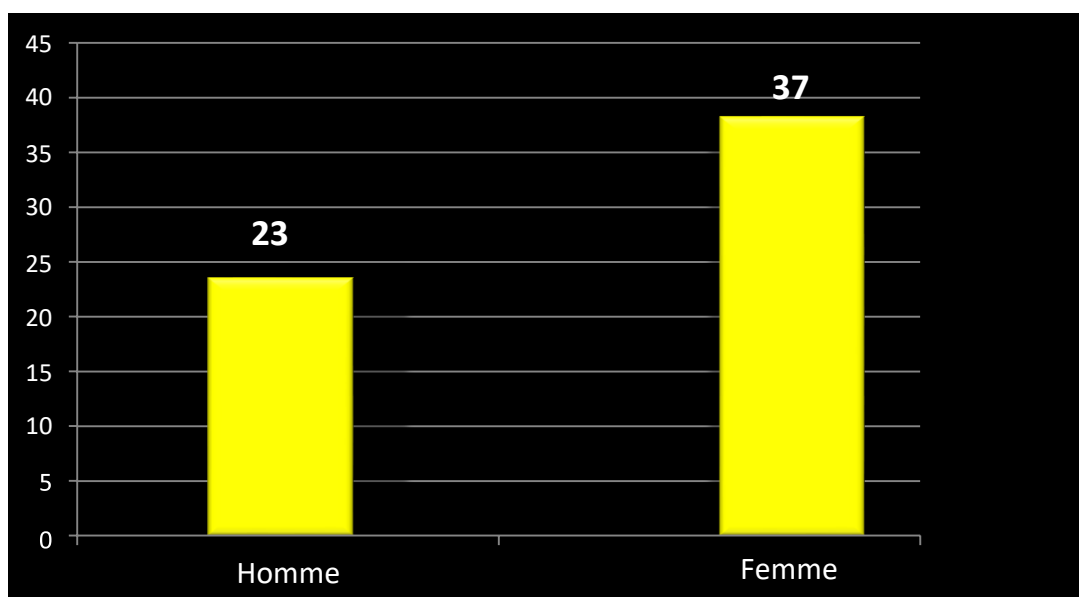
- **Déroulement de l'enquête :**

Cette enquête s'est déroulée, durant les journées (semaine /week-end) des mois d'avril et mai 2021, à fin d'évaluer les différences liées à la saisonnalité.

- **Enquête par entretien**

Cette enquête s'est déroulée à l'aide d'un questionnaire .Notre échantillon est constitué par les touristes.

Graphe n° 1 : Le sexe



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

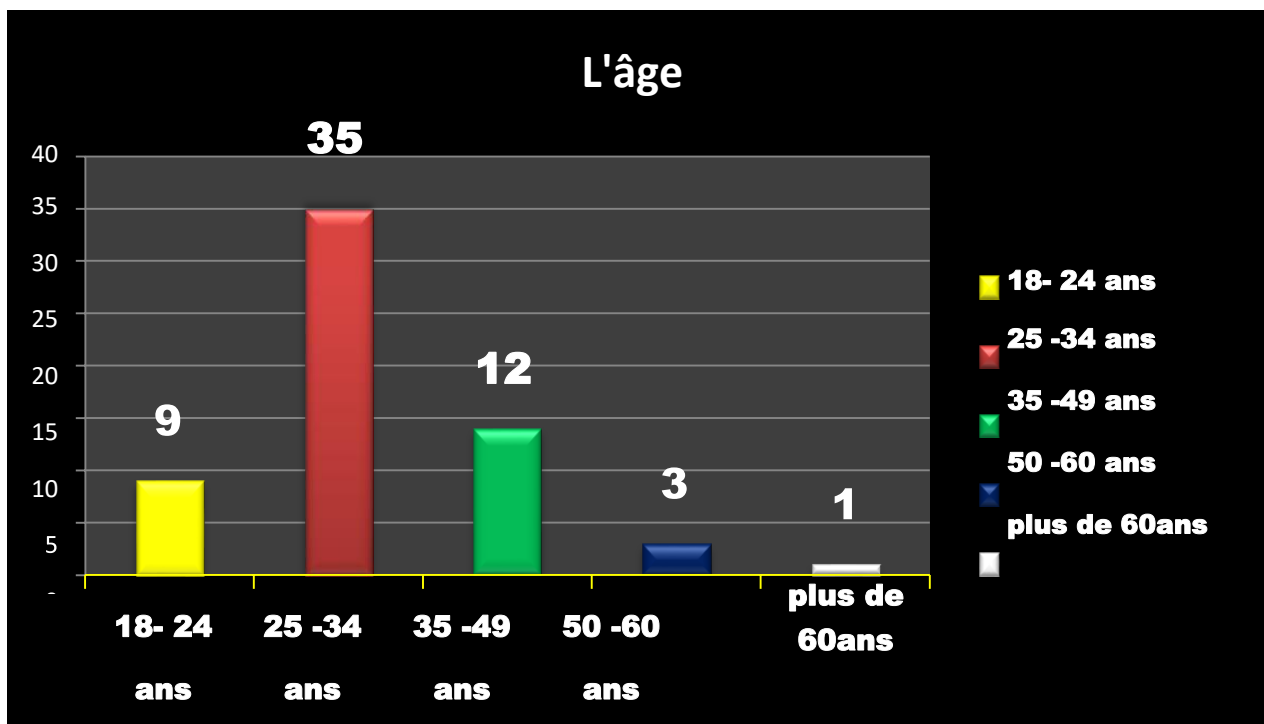
Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

1-Le sexe

Nous remarquons que la présence des femmes est plus importante que celle des hommes.

Il est vrai que la présence féminine est presque égale aux présences masculine, mais nous avons remarqué que les femmes sont toujours accompagnées d'une présence des masculine par manque de sécurité.

Graphe n° 2 : L'âge des visiteurs



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

2- l'âge

La plupart des visiteurs de la station Tikjda sont âgés entre 25 et 34 ans, soit environ 58,33%, pour les visiteurs âgés entre 18-24 ans soit de 15 %, par contre les visiteurs âgés de 35-49 ans ont un pourcentage de 20%, qui visitent la station.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

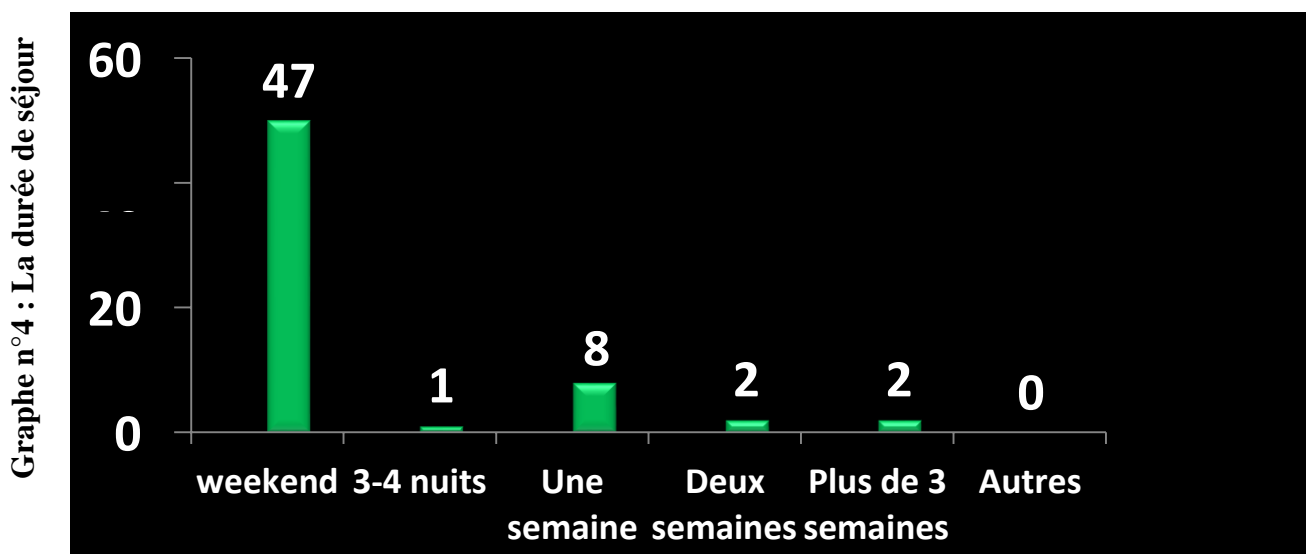
Graphe n° 3: La profession



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

3-La profession

Les statistiques concernant la situation professionnelle des personnes interrogées se présentent comme suit : 35% des enquêtés, sont des ouvriers-employés et de 23,33 % sont des étudiants et de 15 % sont des cadres moyens ou supérieurs. Cela s'explique notamment par le facteur revenu (ce qui en rapport avec le pouvoir d'achats).

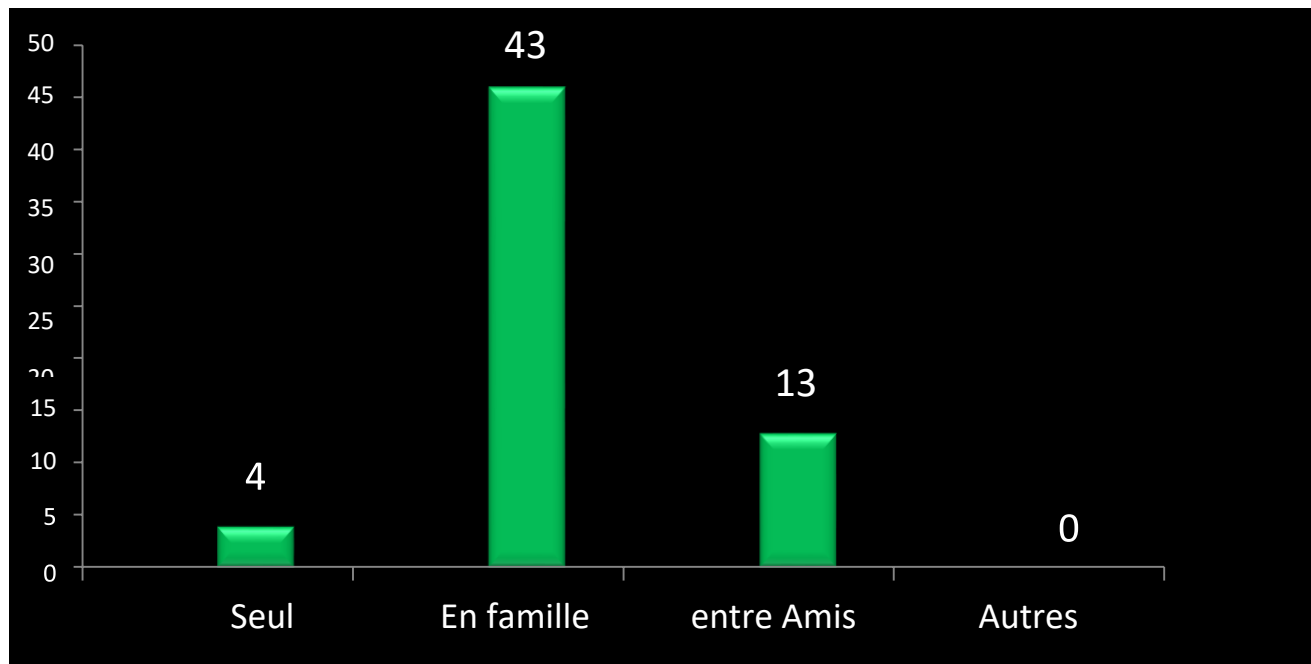


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Nous constatons que 78,33% des enquêtés, effectuent leur séjours à Tikjda durant les weekends, contre 13,33% qui séjournent pour une semaine. Et enfin, 1,66% effectuée des séjours de 3 à 4 nuits.

Graphe n° 5 : La nature des sorties

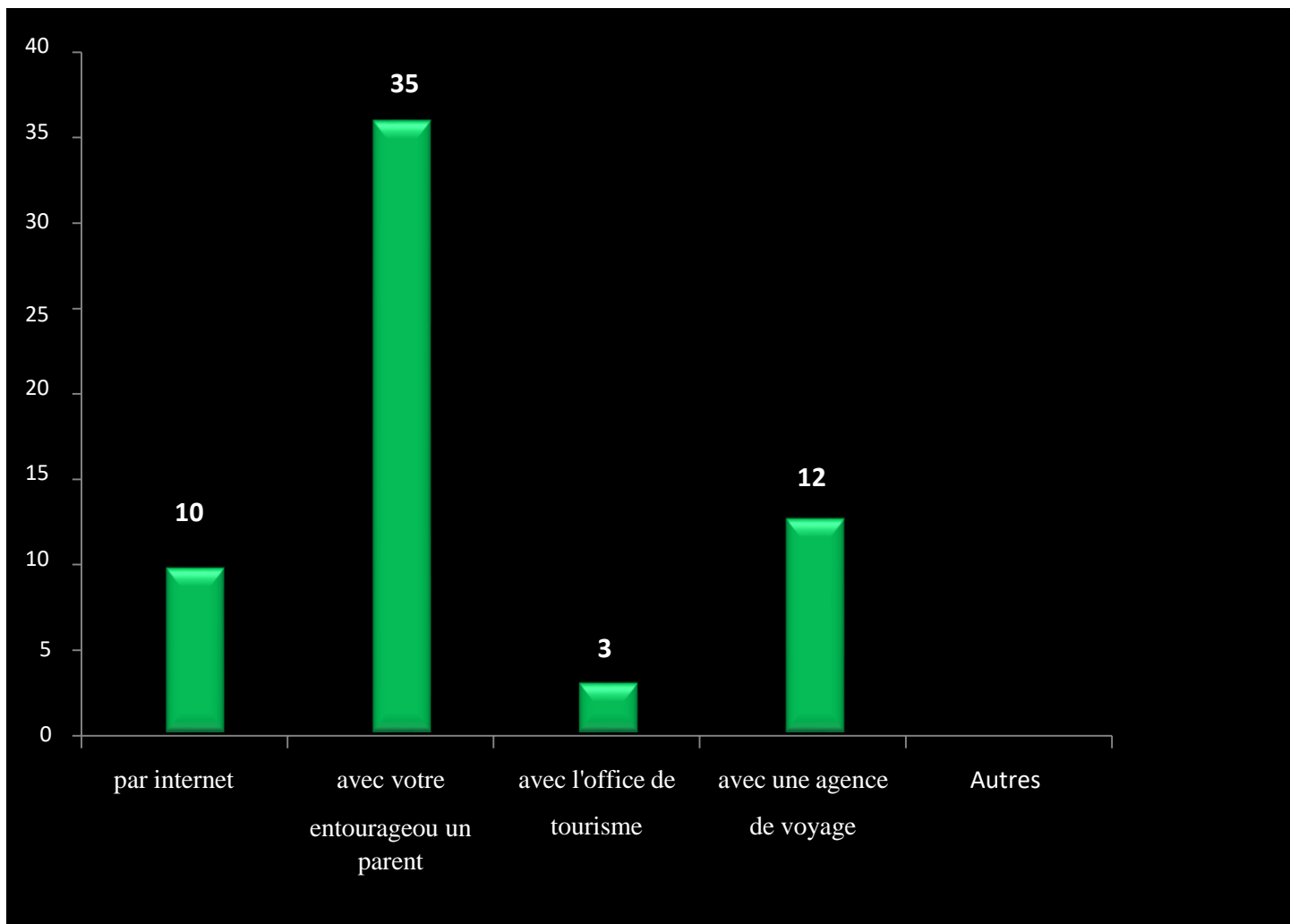


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

-L'âge des enquêtés, associé à leur situation personnelles confirme le fait que la station est une destination familiale, puisque 71,7 % des personnes interrogées sont venus en famille, et aussi une destination pour les sorties entre amis 21,7%, mais il faut ajouter que 6,7 % venants seuls.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Graphe n°6 :L'organisation de Séjour



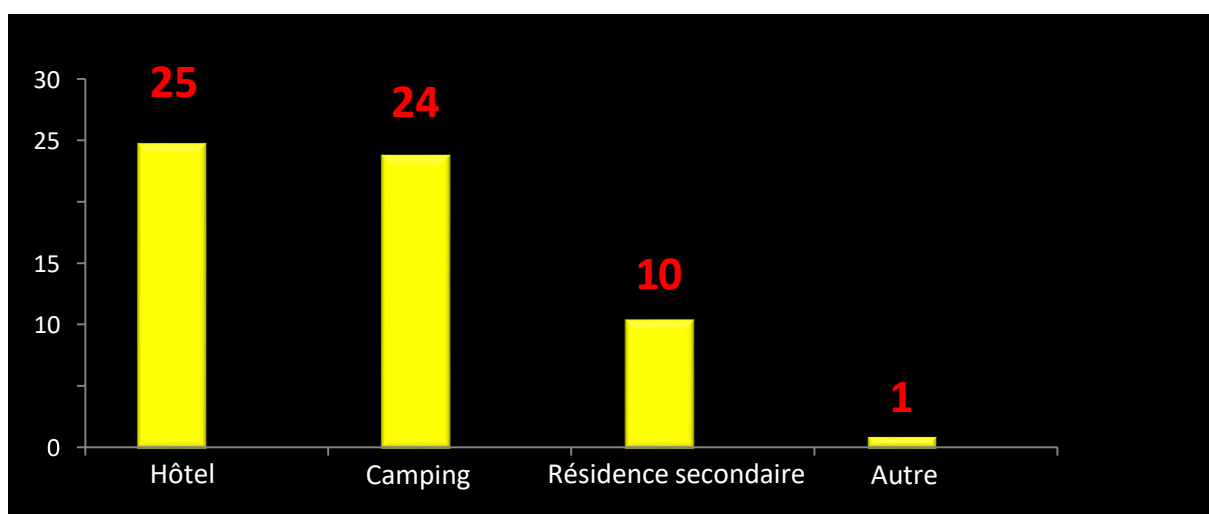
Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

En ce qui concerne Les supports d'informations utilisés par les touristes pour connaître la station semblent différents selon leurs origines. On peut soulever que les résidents ont connu la station parce qu'ils sont originaires de la région ou par des connaissances (parents ou amis), d'ailleurs 58,33% des touristes organisent leurs séjours avec leurs entourage ou leurs parents.

On a constaté que 16,7% des enquêtés organisent leurs séjours par internet et 20% par les agence de voyage.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

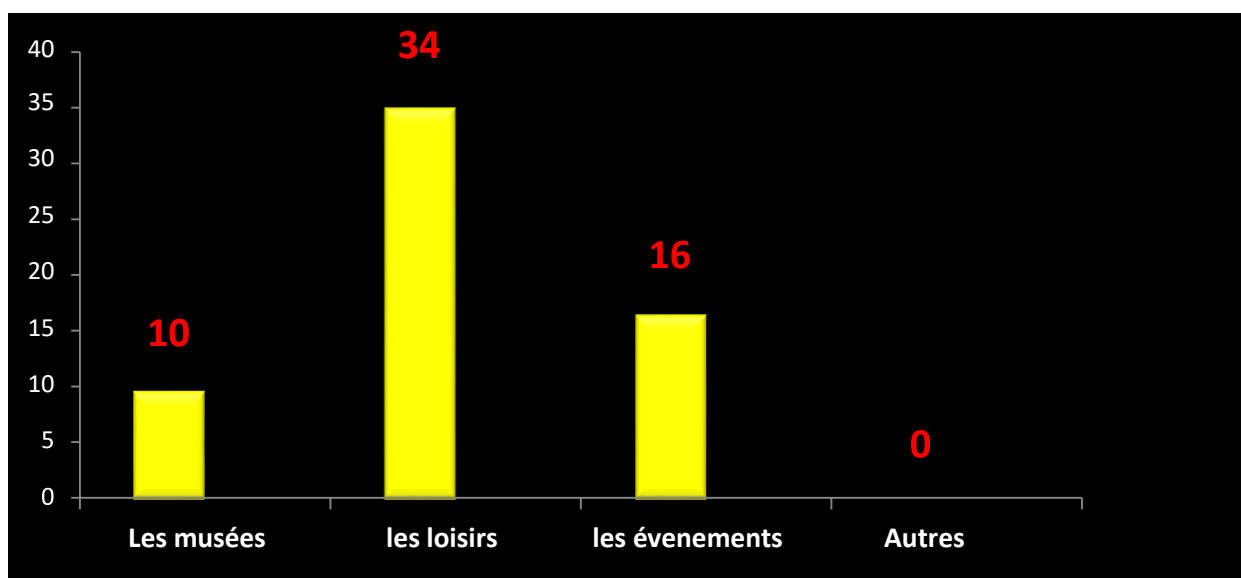
Graphe n°7: Logement pendant le séjour.



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

L'hôtel est le mode d'hébergement privilégié pour les courts séjours, il représente 41,66 des touristes, suivi par les campings qui représentent 40 % des touristes et 16,66 pour la résidence secondaire.

Graphe n°8: Les activités intéressantes à Tikjda

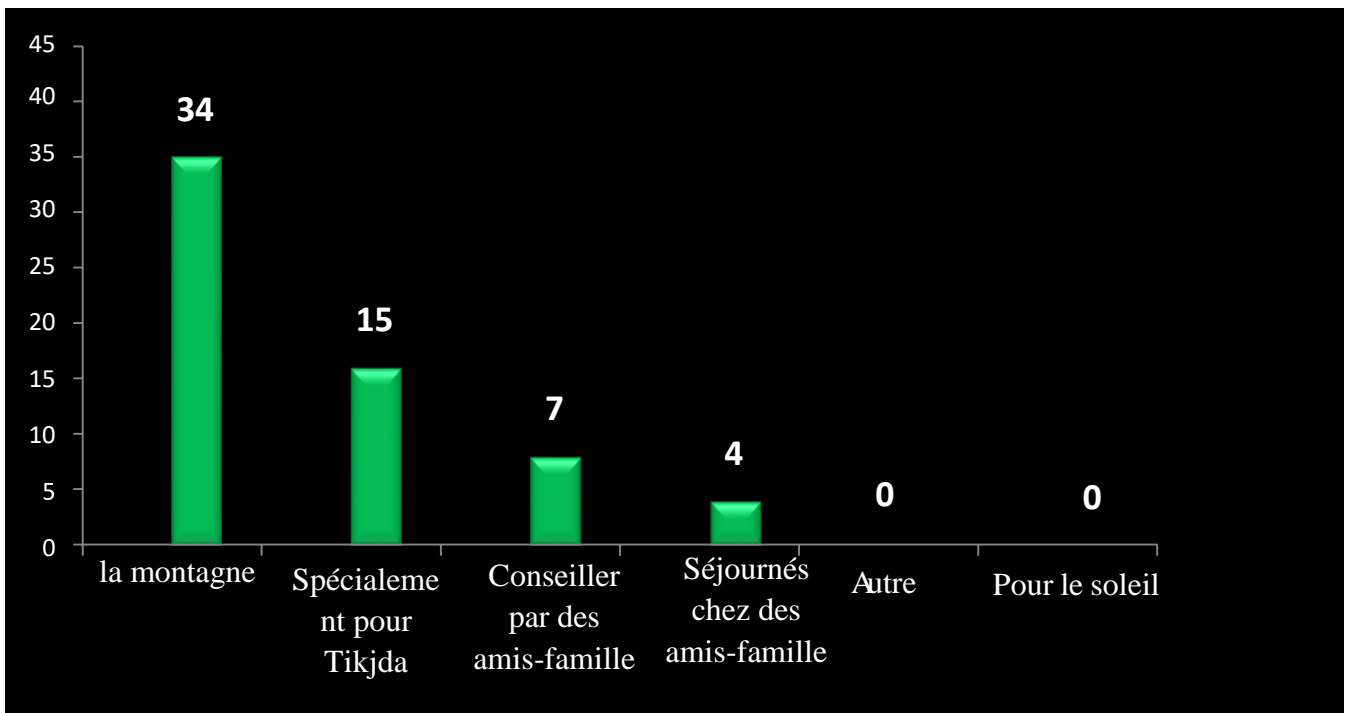


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Nous constatons que 56,66% des interrogées sont intéressés par les loisirs dans la station de montagne, par contre 26,66% d'entre eux sont intéressées par les événements et 16,66% des enquêtés viennent visiter les musées.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

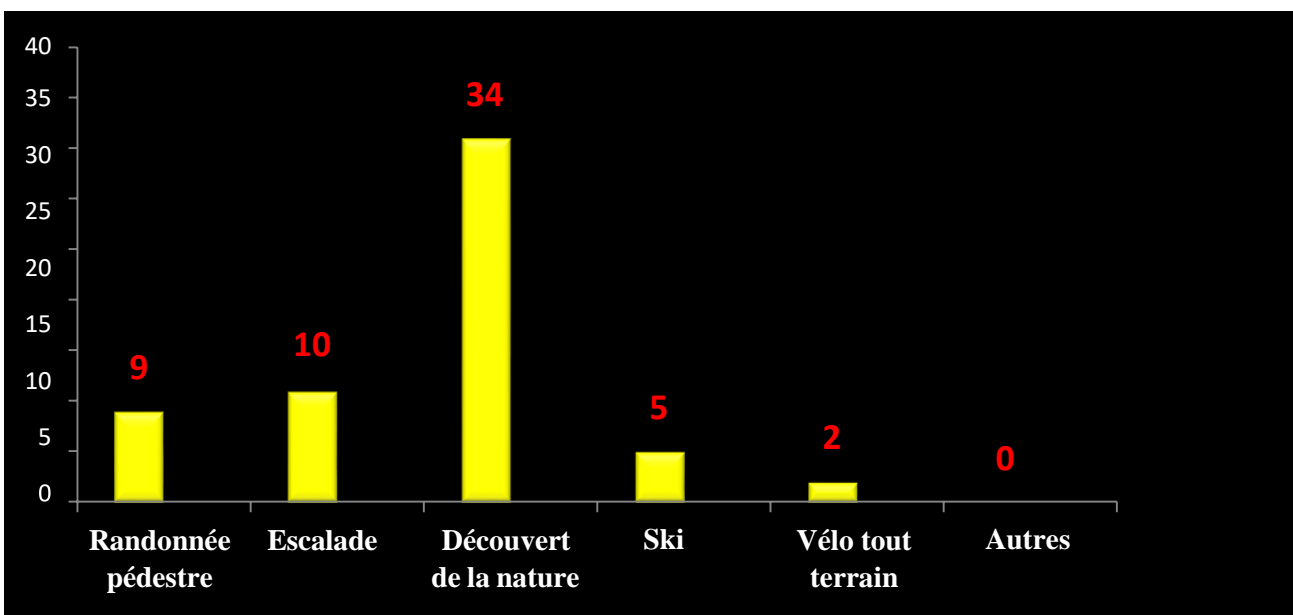
Graphe n°9 : La destination des visiteurs



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Dans ce graphe nous remarquons que Au niveau du choix, on y trouve que 56,66% des touristes ont choisi cette destination avant tout pour la montagne, pour profiter de l'air pur, le climat idéal et le soleil et 25 % ont choisi cette destination spécialement pour Tikejda pour sa réputation au niveau international, par contre 11,66% des enquêtés l'on choisit parce qu'il leur a été conseillé par des amis.

Graphe n°10 : Les activités pratiquées pendant le séjour

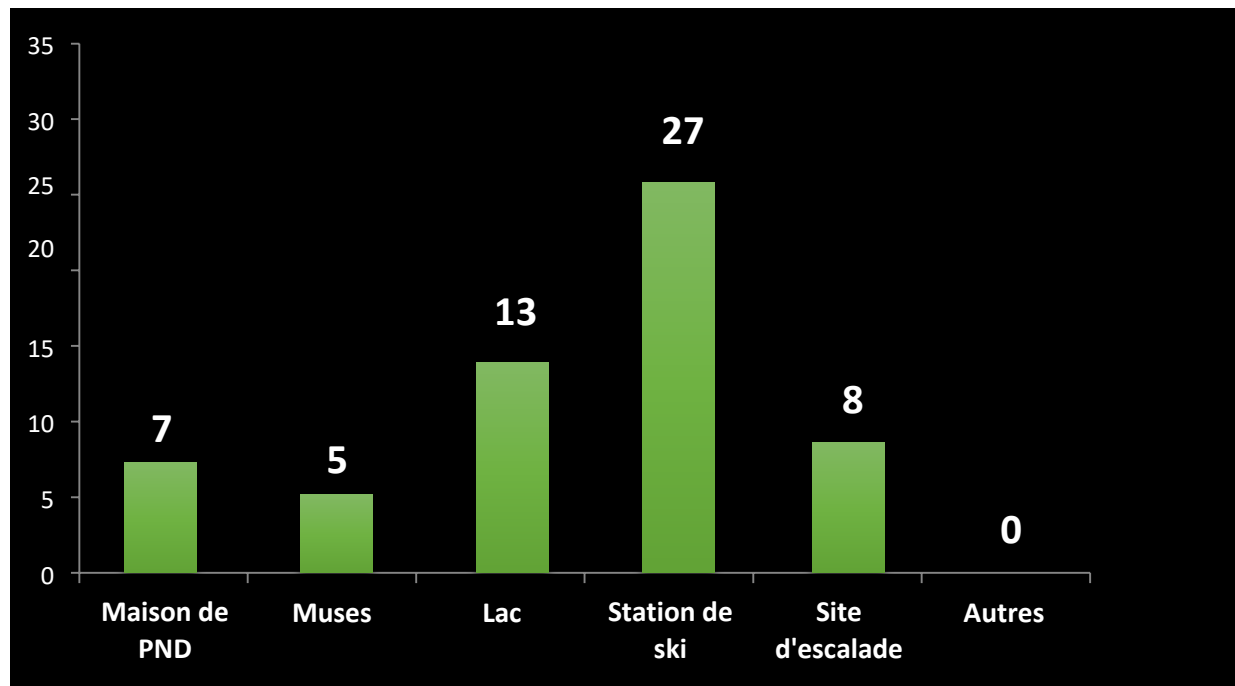


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

L'activité principale pratiquée par les touristes est la découverte de la nature (71,66%) et autres activités tel que l'escalade qui est représenté à 16,66%, la randonnée pédestre qui y figure aussi avec 15% et le ski par 8,33% des enquêtés.

Graphes n°11: Les sites et lieux d'accueil.

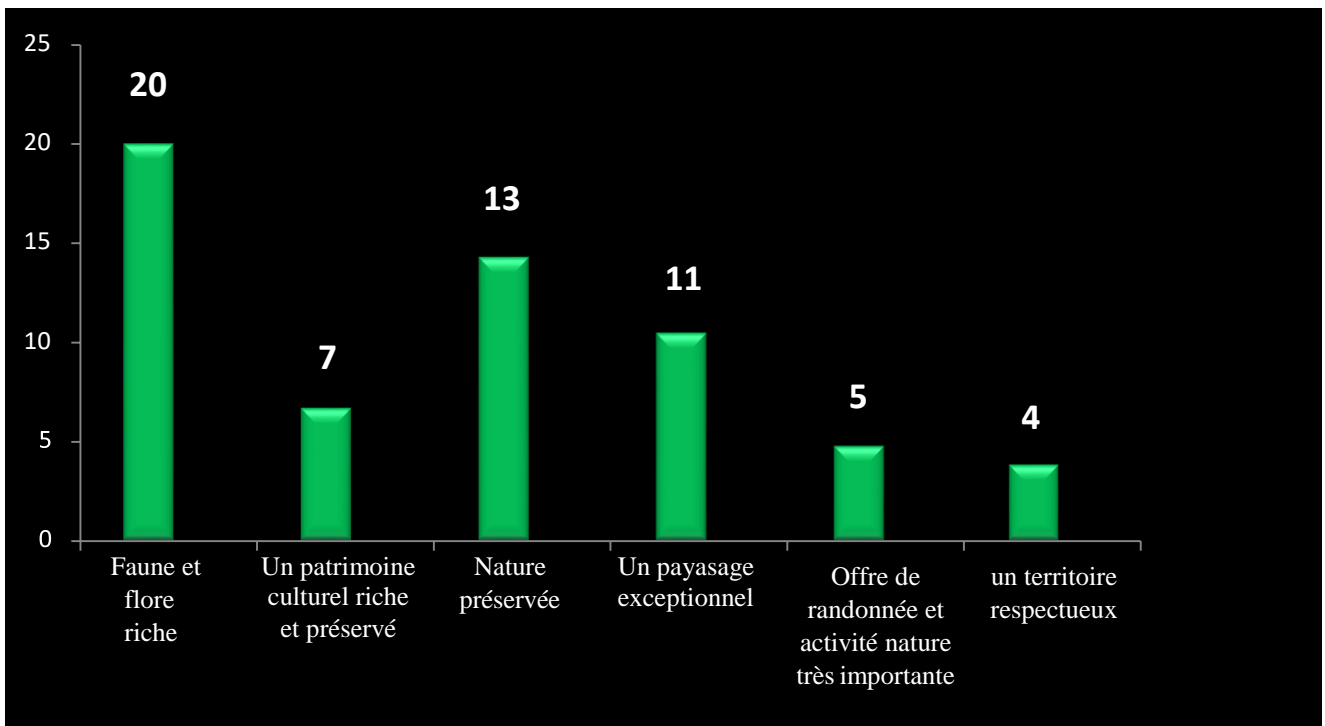


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Nous constatons que 45% des enquêtés sont intéressés par la station de ski et 11,7% par la maison du parc national du Djurdjura, par contre 21,7% sont intéressés par le lac et 13,3% par le site d'escalade.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

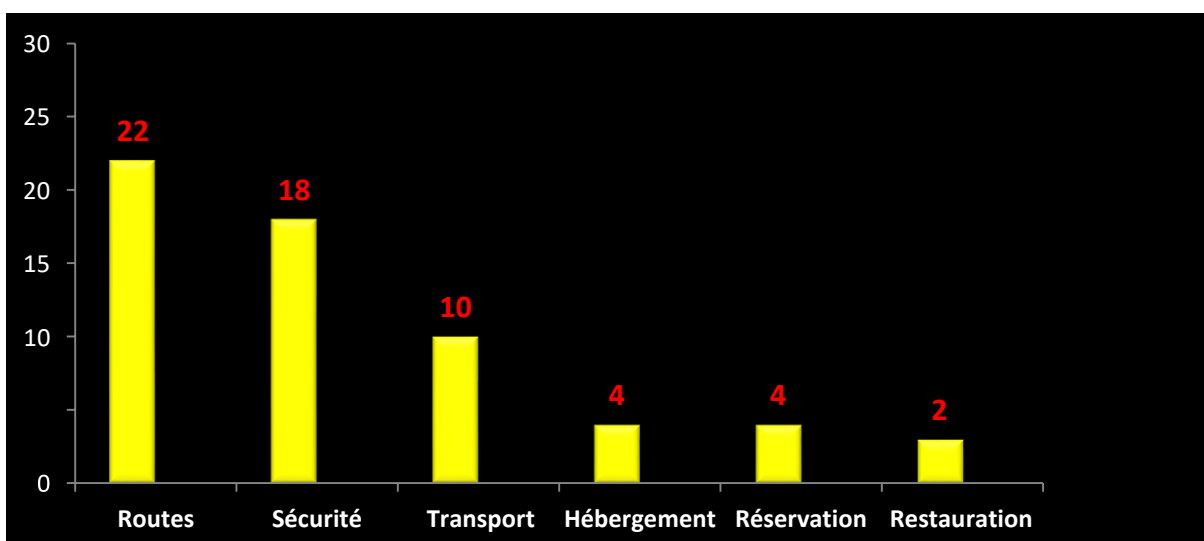
Graphe n°12: Le parc national



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

La plupart des enquêtés ne savent pas c'est quoi un parc national, 33,3% des enquêtés pensent qu'un parc national est avant tout une faune et une flore riche, par contre 21,7% d'entre eux le voit comme une nature préservée, on constate aussi que 18,33% des enquêtés le voit comme un paysage exceptionnel et 11,7% comme un patrimoine culturel riche et préservé.

Graphe n°13 : Les contraintes et les difficultés

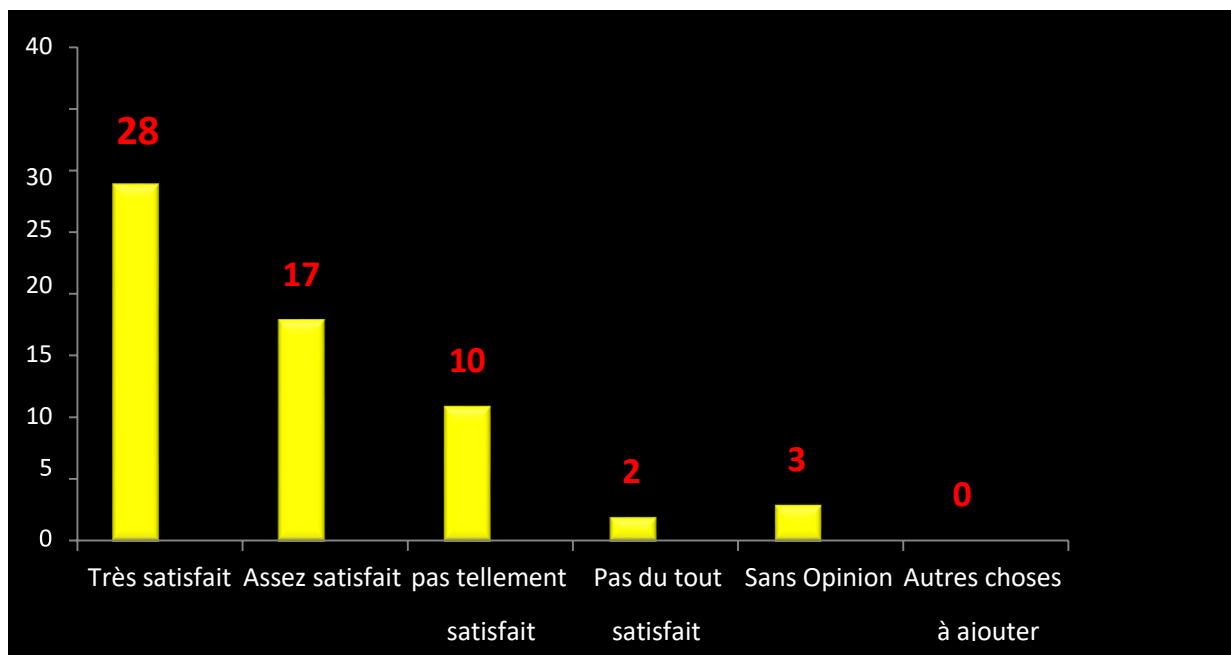


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Nous remarquons que 36,7% des enquêtés ont trouvé des difficultés lors de leurs visites à la station Tikjda au niveau des routes ,par contre 30% qui trouvent que la sécurité est l'obstacle majeur pour la fréquentation touristique de ce site et 16,7% ont trouvé la difficulté dans le transport , les gens qui sont pas véhiculés sont obligé de louer pour aller à Tikjda ou bien de réserver chez une agence de voyage , tout ça à cause de l'absence demoyens de transport.

Graphe n° 14 : La satisfaction

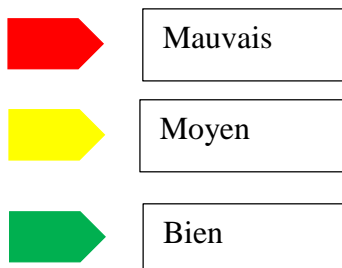


Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

Nous constatons que 46,7% des enquêtés sont satisfait de leurs visite dans la station de Tikjda, mais par contre en trouve que 28,33% des enquêtés sont assez satisfait dont 16,7% sont pas tellement satisfait.

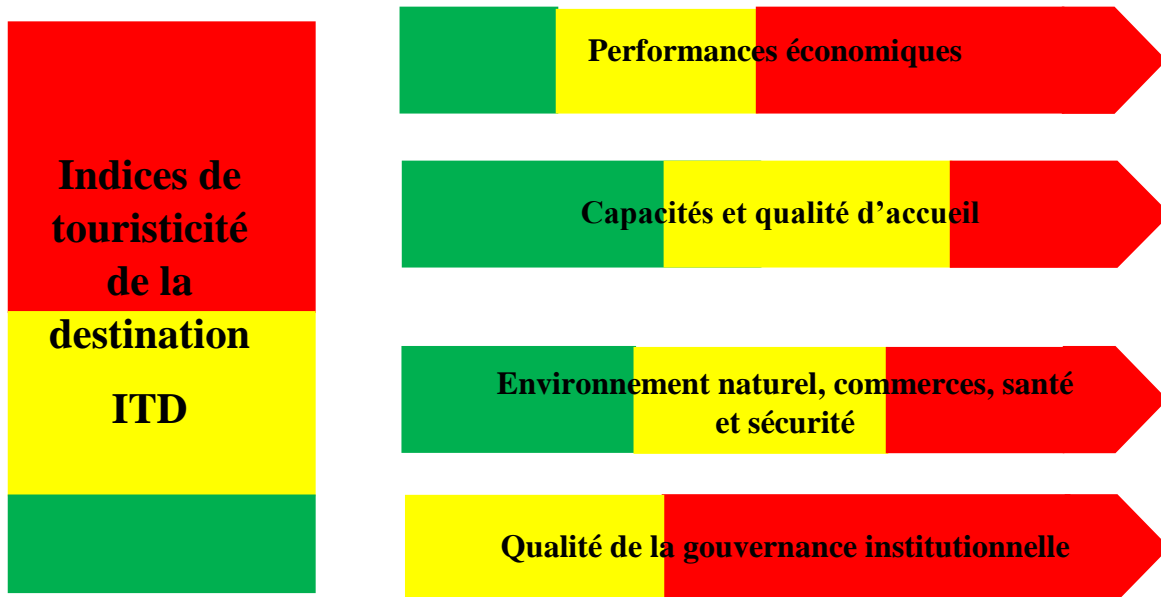
Synthèse

Nous allons faire un bilan synthétique du PND ce forme d'un schéma qui regroupe des indices de mesure qualitatif.



Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

Figure n°03 : les composants d'indices de touristicité d'une destination



Source : Etablie par nous-même, à partir des enquêtes destinées aux visiteurs.

D'après notre bilan synthétique d'indices de mesure qualitatifs les résultats obtenus nous montrent que :

- Les performances économiques sont classées comme cité par la suite : Mauvais par rapport à l'impact économique, le poids du tourisme dans l'emploi régional et le taux d'occupation des hébergements touristiques. Moyen dans la consommation touristique et Bien du côté de la compétitivité puisque il n'y a pas de concurrence.
- Concernant les capacités et qualités d'accueils; nous constatons que la capacité d'hébergement, le patrimoine, le musée, les sport et loisirs sont Bien dans le parc, tandis que la capacité humaine ainsi que la qualité d'accueil sont Moyen. La gastronomie et culinaire et aussi le transport sont Mauvais.
- Pour l'environnement naturel, commerces, santé et sécurité; nous remarquons que l'image de la nature et la biodiversité sont Bien, le niveau de sécurité ainsi que de santé est Moyen, mais la densité de commerce de proximité est Mauvaise (absence des restaurants, café, bars,...etc. dans les environs sauf à l'intérieur de l'hôtel) et ça résulte l'absence totale du dynamisme commercial.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

- La qualité de gouvernance institutionnelle qu'on a évalué nous montrent que la gouvernance du tourisme au regard des efforts en matière de stratégie de développement et stratégie de marketing, et des efforts budgétaires sont Mauvais. Par Rapport à la promotion du tourisme local et régional (promotion institutionnelle) elle est Moyenne.

Globalement, ce parc national Djurdjura n'est pas idéal d'après ses mesures qualificatives et quantitatives. Il s'avère indispensable d'élaborer des stratégies pour l'améliorer.

L'amélioration de l'attractivité du PND passe tout d'abord par l'amélioration de la capacité d'accueil des différents établissements touristiques de la station, notamment terme de la disponibilité des moyens de transport touristique, la capacité litière (hôtels, chalet,...). Du nombre de restaurants de tourisme, de la disponibilité des terrains de sport, des espaces de shopping, amélioration des zones routières etc.

A côté de ces aspects purement quantitatifs, l'attractivité touristique suppose aussi et surtout le respect des normes de qualité pour l'offre de prestations touristiques, essentiellement par la pertinence et l'efficacité du classement des établissements touristiques (hôtels, restaurants, maisons d'hôtes, transporteurs, animateurs, guides,...), le contrôle qualité, l'amélioration des qualifications du personnel, la rénovation des styles de management, l'innovation des prestations, la qualité de la relation client, renforcement de sécurité,...

Conclusion

Tikejda est devenue un espace de grande consommation touristique, avec comme principal moteur de développement la pratique des sports et la biodiversité. Comme toutes autres zones de montagne, elle vit des difficultés dans l'application des notions de la durabilité sur le plan touristique qui affirme la nécessité de protection et de valorisation de ce milieu naturel.

Un enrichissement des indicateurs par d'autres plus pertinents (en l'occurrence la fidélité, la fréquentation des hébergements touristiques, les recettes touristiques et la satisfaction client) pour élaborer un indice composite, appelé indice de performance touristique (IPT), est l'une des solutions les plus efficaces pour faciliter à la fois l'évaluation et le pilotage de la performance d'une destination touristique.

Chapitre III: Présentation de parc national du Djurdjura (Tikjda)

En effet, Le processus de pilotage de la touristicité implique la définition d'une batterie d'indicateurs de mise en tourisme d'un territoire donné. Un tel tableau devrait définir les priorités des stratégies des différents acteurs touristiques, tant en termes d'objectifs (ciblage, positionnement, performance,..) qu'en matière d'allocation de ressources (patrimoine, culture, gastronomie, paysages, formation, investissements, ...).

L'étude que nous avons menée, nous a montré que le PND est une destination riche par sa biodiversité et son paysage qui attire des touristes malgré d'innombrables d'insuffisance enregistrés.

Conclusion Générale

Pour conclure ce travail de recherche, nous rappelons que l'enjeu principal de ce mémoire est d'ouvrir l'œil sur la nécessité d'améliorer le secteur touristique en zone de montagne, d'exploiter les diverses potentialités de cette source naturelle et de s'interroger sur les moyens d'attraction qui permettent une meilleure attractivité touristique. Cela à travers la réponse à notre recherche sur la station de Tikejda: Comment caractériser l'attractivité touristique dans le PND ?

Les régions montagneuses représentent la deuxième destination touristique après les côtes et les îles et pour cela le tourisme de montagne est considéré comme un facteur vers le développement territorial dans ces zones qui possèdent des caractéristiques particulières et des handicaps vers un monde plus développé et plus avancé. Les effets d'entraînement du tourisme de la montagne sont nombreux ; il contribue à la création des nombreux emplois, à relancer l'activité économique et de l'intégration sociale. Le tourisme peut contribuer à préserver et mettre en valeur le patrimoine naturel et culturel.

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

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, le tourisme en zone de montagne est un fait relativement récent, la perception de la population vers le tourisme reste un grand défi devant le développement de cette activité. Face à cette situation les associations de tourisme et de sport de montagne sont intervenues par un programme de sensibilisation des villageois conservateurs, de formation et de soutien des bénévoles susceptibles de compléter leur mission jusqu'au bout qui est de protéger la nature et l'environnement ; promouvoir les pratiques sportives, organiser et célébrer et participer à des événements touristiques à fin de mener à bien les projets de développement touristique et avoir des retombées positives sur le territoire et la population.

Pour que le tourisme de montagne à Tizi-Ouzou soit contribué au développement local, une véritable synergie doit exister entre l'Etat, les organisations associatives, collectivité local, et promoteurs et professionnels du tourisme, ainsi que la communauté villageoise afin qu'ils

Conclusion Générale

réunissent leurs efforts devant les contraintes qui retardent le secteur et le développement local en générale.

La problématique que nous avons posée consiste à définir les obstacles qui freinent l'attractivité touristique ainsi que les différents acteurs qui agissent sur cette activité, dans le processus de construction d'une destination touristique pour rendre un territoire attractif ou bien renforcer son attractivité. Ce qui nous a amené à effectuer un travail de terrain pour voir de près ces problèmes tout en donnant de l'importance aux besoins du touriste/client pour les satisfaire et les attirer.

Tikejda est une station de montagne qui est située dans le parc national de Djurdjura avec une capacité d'accueil de 460 lits fonctionnels, cette zone recèle des potentialités touristiques importantes attractives, que nous avons constaté à travers nos recherches tel que les sports de montagne, les activités artistiques, les activités socioéducatives (l'escalade, les spectacles, Sorties pédagogiques, concours de loisirs), et autres activités tel que les séminaires et les conférences..., la plupart des touristes sont attirés par les musées et la biodiversité faunistique (433 espèces) et floristique (1242 espèces) ainsi que le climat idéal, l'air pur et le soleil...

Les principaux aboutissements de notre enquête de terrain sont comme suit :

- L'action de l'Etat, dans ce domaine est insuffisante au regard de l'évaluation de la place de cette station dans les plans du développement touristique de la wilaya de Tizi Ouzou ;
- La situation sécuritaire défavorable : le manque de sécurité met le touriste en danger et minimise sa fréquentation touristique pour la zone ;
- L'insuffisance des connaissances sur la valeur patrimoniale matérielle et immatérielle ;
- La dégradation de certains sites naturels due à des comportements irresponsables ;
- La dégradation des routes et l'absence de l'accessibilité au transport public ;
- Des obstacles en tout genre empêchent le démarrage et le développement de l'activité touristique montagnarde et qui par conséquent, entravent son développement local.

Conclusion Générale

Nous avons tout de même décelé une volonté du centre national des sports et des loisirs de Tikejda à développer ce secteur mais le statut même du parc national du Djurdjura est l'obstacle majeur de développement de cette activité, aucune autorisation de projets n'a été établie au profit des investisseurs ;

- La contribution des investisseurs privés existe mais de façon éphémère et la population locale n'est pas assez impliquée et parfois même elle contribue à freiner le développement de l'activité touristique dans la commune ;
- Les structures d'hébergement déjà existantes ne répondent pas aux besoins des touristes ;
- La banalisation de l'ailleurs pour les touristes internationaux: l'exotisation du chez soi et la compétitivité des autres destinations ;
- L'incapacité à s'adapter au poids croissant des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) dans le secteur du tourisme avec le secteur de la banque, le secteur du voyage est le plus informatisé.
- Le manque de fluidité du système bancaire et des échanges qui freinent toute sorte d'investissements.

Pour répondre à la problématique, nous pouvons dire que le tourisme peut en effet être un levier de développement dans les zones montagneuses à condition qu'il y ait une véritable coopération entre les acteurs locaux et les citoyens, et une volonté de création et de développement d'une activité et une volonté de gérer les contraintes qu'elle va générer à travers la mise au point d'un programme d'aménagement efficace.

En effet, les hypothèses avancées ont été vérifiées et confirmées, nous avons constaté que d'une part, les activités touristiques naissantes (les randonnées, le ski,...etc.) influent sur l'attractivité touristique. D'autre part, la valorisation des richesses naturelles est très importante dans le tourisme de montagne et enfin l'insuffisance des investissements dans ce secteur empêche l'épanouissement de l'activité touristique.

Après l'accomplissement de notre travail de recherche nous estimons que plusieurs défis restent à relever, ainsi nous pourrions émettre les recommandations suivantes :

Conclusion Générale

Les pouvoirs publics doivent se pencher, sur le cas de la station de Tikejda unique en Algérie de par ses 5 mois de neige et les activités hivernales, une enveloppe financière spéciale doit être programmée selon une étude bien réfléchie ;

L'amélioration de la gouvernance au sein du système touristique est une condition de base engagée et menée à bien les processus de changement nécessaires. Dans le but il est primordial de renforcer et de professionnaliser à tous les niveaux les interfaces entre les secteurs du tourisme, la politique, les milieux scientifiques et la population, sur cette base, les acteurs du système touristique sont appelés à mettre en œuvre conjointement les adaptations structurelles et à générer les innovations indispensables à l'essor du tourisme de Montagne.

Minimiser les incendies pour protéger la nature en mettant en place des dispositifs de prévention ;

Renforcer la sécurité au niveau de la station pour le bien être des visiteurs ;

La dynamisation des activités paysannes locales en intégrant d'avantage leur production (agrumes, culture maraichères, caprin, bovin...) par les établissements hôteliers en place, ce qui permettra la valorisation des activités et par conséquent le maintien des populations dans leur espace. Cela passe aussi par la minimisation de l'achat des produits provenant des marchés extérieurs ;

Compagne de sensibilisation au profit de la population locale, en consacrant des thématiques sur la culture du tourisme et les mettre en relation directe avec les touristes ;

L'institution de procès pour minimiser les déchets et préserver la nature ;

Installation des centres d'information et d'orientation ;

Impliquer la main d'œuvre locale dans le secteur du tourisme pour encourager la protection de ce milieu et au même temps pour l'augmentation de leur niveau de vie ;

Développer le réseau routier et les remontées mécaniques, pour faciliter l'accessibilité aux différents sites touristiques ;

Conclusion Générale

Donner plus d'importance à la valorisation et à la protection de l'environnement ;

Aménager le territoire de façon à embellir la localité pour amplifier son attraction en plus de la beauté de ses espaces naturels ;

Aménager des espaces de repos pour les automobilistes et les routiers pour profiter de la beauté des paysages de cette région (chose qui demande très peu de moyens et pas énormément d'espace) ;

L'APC doit redoubler d'efforts pour résoudre le problème de décharges sauvages qui naturellement est un problème pour le développement touristique, mais plus grave encore c'est un problème écologique qui cause des nuisances sur la nature et l'écosystème et constitue un danger sur la santé humaine ;

Organiser des campagnes de nettoyage des sites et des villages, avec la population locale et les associations écologiques pour ensuite s'initier au tri des déchets ménagers ;

L'organisation des festivals visant à promouvoir les produits du terroir ou de production animale, cela aiderait à l'initiation d'un tourisme agricole (agritourisme) ;

Organiser des manifestations culturelles telles que des festivals ;

Développer les activités artisanales à travers l'encouragement des jeunes à y faire carrière et apprendre les métiers artisanaux traditionnels (la vannerie, la poterie, la tapisserie ...).

- ✓ L'Etat doit encourager les investissements et les financer en facilitant les démarches administratives et les crédits bancaires pour créer des projets motivants qui vont influencer sur l'économie ;
- ✓ La prise en considération des tendances mondiales de l'industrie du tourisme ;
- ✓ La mise en œuvre d'une politique de partenariat entre les promoteurs nationaux et les opérateurs étrangers ;
- ✓ L'accélération des réformes structurelles et l'amélioration de l'environnement des affaires qui devraient, en améliorant le niveau d'attractivité de l'espace touristique, drainer vers le pays des entreprises touristiques étrangères (notamment hôtelières).

Bibliographie

Thèses et mémoires :

A.Thibault ; « tourisme et attractivité des territoires et clusters » ; mémoire ; université Toulouse ; 2014.

AIDLI, Lakehal, mémoire de magister spécialité économie et géographie ; « Le tourisme en Algérie : réalités et perspectives », Université Abderrahmane MIRA de BEJAIA, 2013.

AMIRI Nassim, « Analyse de la flore du parc national du Djurdjura », mémoire de master en sciences de l'environnement, université de Bejaia, 2014/2015.

AOUINE Meryem, HADJIMI Ania, « l'analyse de l'attractivité touristique d'une station balnéaire ; cas d'Azeffoun » (Tizi-Ouzou), Université MOULOUD MAMMERI, 2018.

BENAISSA, Djeyida, mémoire de master spécialité économie de développement ; « Les obstacles au développement du tourisme dans la wilaya de Bejaia, les actions à entreprendre cas de la côte-Est ; Bejaia, Boukhelifa, Tichy, Aokas, Souk-el-tenine, Melbou », Université de Bejaia, 2018.

MEBARKI Houa, « Développement durable et tourisme : quels enjeux ? Cas de la wilaya de Bejaïa », mémoire de master en science économique ; option : Aménagement du territoire et développement, université de Abderrahmane mira de Bejaia, 2012/2013.

MEKATI Henia : « *dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie* »

Meryem ROUBA, mémoire de master ; « l'étude Urbaine et Architecturale Qui Améliore La Ville de Guelma Sur La Montagne de La Mahouna» (GUELMA), Université de 08 mai 1945 de GUELMA, 2017.

NEHAL Ali, mémoire de master spécialité management économique des territoires et entrepreneuriat ; « le tourisme de montagne peut être un outil de développement local », université Abderrahmane mira, 2015.

SALI Fatima, OUARAB Ghalia, « le rôle des organisations associatives dans la promotion du tourisme de montagne, cas des associations de tourisme et sport de montagne de Tizi-Ouzou » (Tizi-Ouzou), Université MOULOUD MAMMERI, 2018.

SEMAR Taous ; CHEBOUT Mehria ; mémoire de master, Tourisme de montagne et changements climatiques- Cas du Massif du Djurdjura, institut National supérieur du Tourisme, Alger juin 2010.

KECHIH Nadia, mémoire de master spécialité management public ; « Le tourisme comme vecteur d'attractivité territoriale ; cas d'Azeffoun », Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, 2017.

TERKI Lilia, YAHIAOUI Samia, mémoire de master ; « Le tourisme dans les espaces de montagne comme vecteur de développement territorial : illustration par une étude comparative entre le cas de Tikejda dans le Parc National du Djurdjura et le Courchevel dans les Alpes », Université Mouloud Mammeri Tizi-Ouzou ,2018.

Ouvrage :

A. Villeneuve ; A. Castelein ; M.A. Mekouar, « Les montagnes et le droit –tendances émergentes », organisation des nations unis pour l'alimentation et l'agriculture Rome, 2002.

BERNARD Debarbieux : « *tourisme et montagne* », Economica, Paris, 1995.

DERBARBIEUX Bernard ; « *tourisme et montagne* », édition economica, 1995.

HMIOUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial.

MERLIN.P, « Tourisme et aménagement touristique, des objectifs inconciliables », Ed documentation française, 2008.

MOHAMED Dahmani : Atlas économique et social de la grande Kabylie, OPU, Alger.

Pearson France – Management du tourisme, 3e édition – Jean-Pierre Lozato-Giotart, Erick Leroux, Michel Balfet.2012.

PIQUEMAL pierre: « *Tourisme et Développement Durable : Le Tourisme peut-il être un vecteur de développement et sous quelles formes ?* », Paris, 2010.

SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios : « *Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce* », 2006.

TESSA Ahmed : « *Economie touristique et aménagement du territoire* », OPU, Alger ; 1993.

Rapports :

Aménagement du territoire ; fr.wikipédia.org;2016

« Analyse de la flore national du Djurdjura », université de Bejaia, disponible sur [www .univ-bejaia.dz/bistream/hanale](http://www.univ-bejaia.dz/bistream/hanale).

« Djurdjura Archives /El watan », disponible sur : <https://www.elwatan.com/tog/djurdjura>.

« Fédération Algérienne de ski de sport de montagne » disponible sur :
<https://fassmdz.blog4ever.com>.

« [Http :// www.linternaute.com](http://www.linternaute.com) 24/12/2020 ».

« <https://fr.wikipedia.org/wiki/Montagne> ».

« [Http :// www.ffspeleo.fr](http://www.ffspeleo.fr). Consultez-le : 24/12/2020 ».

Journal officiel de la République algérienne n° 41, 27 juin 2004, p. 10. Accès au texte intégral sur : <http://faolex.fao.org/docs/texts/alg45959.doc>.

«Le rôle des associations dans la préservation des patrimoines-dhp, disponible sur :base.d-ph.info/fr/fiches/premiere_dph/fiche-premieredph-6408.html.

« Le parc national du Djurdjura sous pression /El watan », disponible sur : <https://www.elwatan.com>.

« Le tourisme en Algérie- Tikjda/hot... ?Disponible sur:<https://www.scoop.it/2016/03/22/tour>

Loi n°04-03, journal officiel de la République Algérienne n°041, relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable, 27 juin 2004.

Loi n° 04-03 relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable.

N.Fabry : «les clusters de tourisme, la compétitivité des acteurs et l’attractivité des territoires
», www.cairn.fr.

« Qu’est-ce qu’une agence de voyage ? –voyage –information-Google..., disponible sur :
[https://sites .google.com](https://sites.google.com).

Site officiel de ministère de tourisme : www.matta.gov.dz.

« Station climatique de Tikjda : une autre destination de choix pour estivants », disponible sur:
[www.aps.dz/regions/77250-la station climatique](http://www.aps.dz/regions/77250-la-station-climatique).

www.fao.org/lesmontagneetlesobjectifsdedeveloppementdurable/pdf.

www.unep.fr/shared/publications/cdram/DTIX1043xPA/doc/fr/partie2.PDF.

Liste des figures

Figure n°01 : Dimension du territoire.....	08
Figure n°02 : Composants de l'indice touristique.....	12
Figure n°03 : les composants d'indices de touristicité d'une destination.....	78

Liste des graphes

Graphe n°01 : Le sexe.....	68
Graphe n°02 : L'âge des visiteurs.....	69
Graphe n°03 : La profession.....	70
Graphe n°04 : Le temps de séjour.....	70
Graphe n°05 : La nature des stories.....	71
Graphe n°06 : L'organisation de séjour.....	72
Graphe n°07 : Logement pendant le séjour.....	73
Graphe n°08 : Les activités intéressantes à Tikejda.....	73
Graphe n°09 : La destination des visiteurs.....	74
Graphe n°10 : Les activités pratiquées pendant le séjour.....	74
Graphe n°11 : Les sites et lieux d'accueil.....	75
Graphe n°12 : L'image des visiteurs sur le parc national.....	76
Graphe n°13 : Les contraintes et difficultés.....	76
Graphe n°14 : La satisfaction.....	77

Liste des tableaux :

Tableau 01 : Modèle déduit pour classier les indicateurs du tourisme.....34

Questionnaire à destination des visiteurs

Dans le cadre de notre travail de recherche en vue de réaliser un mémoire de master sur le thème : Mise en tourisme durable d'une zone de montagne de Tizi-Ouzou. Le Cas Tikejda dans le parc national du Djurdjura pour savoir comment caractériser l'attractivité touristique dans le parc ?

Prière de bien vouloir répondre aux questions ci-dessous en cochant la case qui vous semble appropriée, après avoir rempli les renseignements généraux qui nous le rappelons seront confidentiels.

1-Sexe :

Homme

Femme

2-L'Age :.....

3-Profession

-Ouvrier – employé

-Sans emploi

-Cadre moyens ou supérieure

-Artisan-Commerçant

-Chef d'entreprise

-Retraité

-Agent de maîtrise

-Etudiant

- Profession intermédiaire

4-La durée de votre séjour

-Un weekend

- Deux semaines

-Au moins 3-4 nuits

-Plus de trois semaines

-Une semaine

-Autre

5- Partez- vous en vacances

-Seul

-En groupe entre amis

-En famille

-Autres

6-Organisez-vous votre séjour

-Seul par internet

-Avec une agence de voyage

-Avec votre entourage ou un parent

-Avec l'office de tourisme

-Autres : Précisez

7-Ou êtes-vous logés pendant vos séjours

-Hôtel

-Résidence secondaire

-camping

-Autres : Précisez

8-Quells activités vous intéresseraient à Tikjda

-Les musées

-Les événements

-Les loisirs

-Autres : Précisez

9- Pourquoi avez-vous choisit cette destination ?

Pour la montagne

-Pour le soleil

-Spécialement pour la station Tikjda

-Pour un autre raison : le quelle ?

-Car conseiller par des amis / famille

-Car séjourné chez des amis / famille

10- Quel activité pratiquer –vous pendant votre séjour ?

- Randonnée pédestre

-VTT

- Escalade

- Autres : les quelles

-Découvert de la nature

- Alpinisme

11-Quel sites / lieux d'accueil avez –vous ou projetez –vous de visiter ?

- Maison de parc national du Djurdjura
- Muses
- Lac
- Station de ski
- Site d'escalade
- Autres : Précisez

12-Pour vous, qu'est-ce que un parc national ?

- Une faune et une flore riche
- Un paysage exceptionnel
- Un patrimoine culturel riche et préservé
- Une nature préservée
- Une offre de randonnée et d'activité nature très important.
- Un territoire ou l'on doit être encore plus respectueux de la nature qu'ailleurs

13-Quel sont les contraintes et les difficultés trouver lors de votre visite dans la station deTikjda

- Routes
- Sécurité
- Transport
- Hébergement
- Réservation
- Restauration
- Accessibilité aux activités

14-Etes –vous satisfait de votre visite dans la station Tikjda ?

-Très satisfait

-Assez satisfait

-Pas tellement satisfait

-Pas du tout satisfait

-Sans opinion

-Avez –vous autres choses à ajouter ?

Tables des matières

Remerciement

Dédicaces

Sommaire

Introduction générale.....01

Chapitre 01 : La Touristification théorique et technique

Introduction04

Section 01 : Le tourisme.....05

1. Définition des concepts de bases.....05

1.1. L'image touristique.....05

1.2. Le rôle et l'importance de l'image touristique.....05

1.3. Le tourisme de l'espace montagne.....06

1.4. L'attractivité touristique.....06

1.5. La touristification.....07

Section 02 : La touristification théorique07

1. Du territoire à la destination touristique.....07

2. La destination touristique.....08

3. La touristicité territoriale.....10

4. Le pilotage de la touristicité territoriale.....10

5. L'attractivité touristique.....13

5.1. Les approches d'attractivité.....14

5.2. L'attractivité d'une zone en particulier.....15

6. Les acteurs de la filière tourisme.....	17
6.1. Les activités directement liées à la prestation touristique.....	17
Section 03 : La touristification Technique.....	19
1. Aménagement du Territoire.....	19
2. Le Marketing Territorial.....	20
3. Clusters du Tourisme.....	21
4. Gouvernance de l'Attractivité d'une destination touristique.....	22
5. Les obstacles du développement touristique en Algérie.....	24
5.1. Les obstacles d'ordre Financier.....	24
5.2. Les obstacles d'ordre politique.....	25
5.3. Les obstacles d'ordre économique.....	25
5.4. Les obstacles d'ordre foncier.....	26
5.5. Les obstacles d'ordre social.....	27
6. Les indicateurs du tourisme pour les zones des montagnes.....	30
Conclusion	34

Chapitre 02 : La zone de montagne en Algérie

Introduction.....	36
Section 01 : Le tourisme dans la zone de montagne.....	36
1. Présentation du concept zone de montagne.....	36
1.1. Une dimension socioéconomique	36
1.2. Une dimension environnementale.....	36
2. Définition de tourisme de montagne	37
3. Le tourisme en zone de montagne.....	38
3.1. La montagne : Espace répulsif, espace attractif	38

3.1.1. La haute montagne	39
3.1.2. La moyenne montagne.....	39
3.1.3. Les zones de piémonts et contigus.....	40
4. La clientèle du tourisme en zone de montagne.....	40
4.1. La clientèle des retours au pays	41
4.2. La clientèle du tourisme social et associatif	41
4.3. La clientèle des amateurs de montagne.....	41
5. Les différentes pratiques du tourisme en zone de montagne	42
5.1. Sports terrestres	42
5.2. Sports aériens	42
5.3. Sports nautiques et aquatiques	43
6. Le cadre de développement des pratiques de loisirs en montagne	44
7. L'impact du tourisme sur les écosystèmes des régions montagneuses	45
7.1. Les impacts environnementaux.....	45
7.1.1. La transformation des paysages.....	45
7.1.2. Les modifications écologiques	46
7.2. Les impacts socioculturels.....	46
7.3. Les impacts économiques.....	47
Section 02 : Les impacts et les outils de protection environnementale en zone de montagne.....	47
1. impact environnementaux du tourisme de montagne.....	47
1.1. La dégradation des sols.....	48
1.2. La dégradation de la végétation.....	48
1.2.1. La végétation peut aussi être endommagée par les activités touristiques.....	49

1.3. Impacts sur la faune et la flore.....	49
1.3.1. Les effets du tourisme sur la vie sauvage sont les suivants.....	50
1.4. La transformation des paysages.....	51
1.5. Les modifications écologiques.....	51
2. les outils de protection environnementale en zone de montagne.....	52
2.1. Le développement durable.....	52
2.1.1. Forêts.....	52
2.1.2. Changement climatique.....	52
2.1.3. Réduction des risques de catastrophe.....	53
2.1.4. Biodiversité.....	53
2.2. Le tourisme durable.....	53
2.3. Création des parcs naturels.....	54
2.4. Autre outil de protection.....	54
Conclusion	56

Chapitre 03 : La présentation du parc national de Djurdjura

(Tikejda)

Introduction.....	57
Section 01 : Présentation du parc national de Djurdjura (Tikejda)	58
1. Aperçus historique, géographique sur le Parc National du Djurdjura (PND).....	58
1.1. Aperçu historique sur le Parc National du Djurdjura.....	58
1.2. Aperçu géographique.....	59

1.3. La démographie et l'emploi dans le parc national du Djurdjura.....	59
2. Présentation de la station de Tikejda.....	59
3. Les facteurs attractifs et activités touristiques dans la station de Tikejda.....	60
4. Les impacts de la fréquentation touristique à Tikejda.....	61
5. Les intervenants dans le secteur de tourisme à Tikejda.....	65
6. Les contraintes rencontrées dans la gestion de la station de Tikejda.....	66
7. Les projets d'avenir à mettre en œuvre dans la station de Tikejda.....	67

**Section 02 : Démarche méthodologique de la recherche et résultats
d'enquête.....** 68

1. Analyse des résultats du questionnaire.....	68
--	----

Conclusion	79
-------------------------	----

Conclusion générale	81
----------------------------------	----

Références bibliographiques

Liste des illustrations

Annexe

Table des matières

Résumé :

Tikejda est un territoire adéquat pour le développement touristique local et cela grâce à ses multiples ressources naturelles et patrimoniales, aussi grâce à l'implication de la société civile qui est active en dépit du manque de moyens résultant de la faible implication des collectivités locales ; région montagneuse dominée en grande partie par des zones naturelles, Tikejda est toujours perçue comme détentrice d'endroits de détente, loin de la pression urbaine ; ces zones attirent chaque année une masse importante de visiteurs curieux de découvrir ou de redécouvrir leurs racines campagnardes en assistant aux nombreuses festivités ou événements, sociaux et culturels, d'expérimenter et d'explorer le mode de vie rural et paysan, d'interagir avec la population tout en profitant de la richesse des terroirs.

Mais l'activité touristique à cette zone reste la prisonnière de plusieurs contraintes et obstacles qui persistent et se multiplient du jour à l'autre. Il s'agit principalement de l'insécurité qui caractérise cette zone isolée du pays, de leur faible aménagement territorial mais aussi de l'absence d'une culture partenariale collectivement efficace.

La présente étude consiste essentiellement à présenter les obstacles majeurs qui freinent l'activité touristique en zone de montagne et de proposer des solutions et des stratégies pour sauver le tourisme dans cette destination en exploitant ses atouts compétitifs et sa biodiversité et répondre aux besoins de clients/touristes.

Mot clés : développement touristique, région montagneuse, activité touristique, tourisme, touriste, contraintes.

Abstract:

Tikejda is an adequate territory for local tourism development and this thanks to its multiple natural and heritage resources, also thanks to the involvement of civil society which is active despite the lack of means resulting from the weak involvement of local communities; mountainous region largely dominated by natural areas, Tikejda is still perceived as having places of relaxation, far from urban pressure; these areas attract each year a large mass of visitors curious to discover or rediscover their country roots by attending the many festivities or events, social and cultural, to experience and explore the rural and peasant way of life, to interact with the population while taking advantage of the richness of the land. But tourist

activity in this area remains the prisoner of several constraints and obstacles that persist and multiply from day to day. It is mainly a question of the insecurity that characterizes this isolated area of the country, their poor spatial planning but also the lack of a collectively effective partnership culture. The present study essentially consists of presenting the major obstacles which slow down tourist activity in mountain areas and of proposing solutions and strategies to save tourism in this destination by exploiting its competitive assets and its biodiversity and meeting the needs of customer's tourists.

Keywords: tourism development, mountainous region, tourist activity, tourism, tourist, constraints.

المخلص

تيكجدة هي منطقة مناسبة لتنمية السياحة المحلية وذلك بفضل مواردها الطبيعية والتراثية المتعددة ، وأيضًا بفضل مشاركة المجتمع المدني الناشط على الرغم من نقص الوسائل الناتجة عن ضعف مشاركة المجتمعات المحلية ؛ المنطقة الجبلية التي تهيمن عليها المناطق الطبيعية إلى حد كبير ، لا يزال يُنظر إلى تيكجدة على أنها تضم أماكن للاسترخاء بعيدًا عن الضغط الحضري ؛ تجذب هذه المناطق كل عام عددًا كبيرًا من الزوار الذين لديهم فضول لاكتشاف أو إعادة اكتشاف جذور بلادهم من خلال حضور العديد من الاحتفالات أو الأحداث الاجتماعية والثقافية ، لتجربة واستكشاف طريقة الحياة الريفية لكن النشاط السياحي في هذه المنطقة يظل أسيرًا . والفلاحية ، للتفاعل مع السكان مع الاستفادة من ذلك. من ثراء الأرض للعديد من القيود والعقبات التي تستمر وتتضاعف يوميًا بعد يوم. يتعلق الأمر بشكل أساسي بانعدام الأمن الذي يميز هذه تتكون . المنطقة المعزولة من البلاد ، والتخطيط المكاني السيئ ، وكذلك الافتقار إلى ثقافة الشراكة الفعالة بشكل جماعي الدراسة الحالية بشكل أساسي من عرض العقبات الرئيسية التي تبطئ النشاط السياحي في المناطق الجبلية واقتراح حلول واستراتيجيات لإنقاذ السياحة في هذه الوجهة من خلال استغلال أصولها التنافسية وتنوعها البيولوجي. وتلبية احتياجات العملاء

الكلمات المفتاحية: التنمية السياحية ، المنطقة الجبلية ، النشاط السياحي ، السياحة ، السياحة ، المعوقات . والسياح