

Ministère de l'enseignement supérieur de la recherche scientifique
Université Mouloud MAMMERI de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion
Département des Sciences Commerciales



Mémoire de fin de cycle

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

Spécialité : Marketing Hôtellerie et Touristique

Thème

***La conception d'un produit touristique à
thème culturel matériel***

Cas village Ait el Kaid

Réalisé par :

HADID Imane Soraya

NEBBALI Celia

Dirigé par :

KEHRI Samir

Devant le jury composé de :

- **Président :** Mr IBIDI Mohammed, MCB, UMMTO
- **Examineur :** Mr Hadj Mohand, MAA, UMMTO
- **Encadreur :** Mr KEHRI Samir, MAA, UMMTO

Promotion 2022-2023

Remerciement

Notre reconnaissance se destine, a notre encadreur Mr KEHRI Samir, auprès de qui nous avons trouvé, disponibilité malgré ses contraignantes obligations et devoirs. Nous le remercions pour avoir accepté de nous encadrer, pour ses suggestions et son soutien continu.

Nous tenons à remercier sincèrement le personnel de la direction du tourisme et de la maison de la culture pour toutes les informations et explication qu'on nous a attribué

Nous remercions également les membres du jury pour l'effort qu'ils feront dans le but d'examiner ce modeste travail.

Je remercie infiniment Monsieur le gérant de l'agence de voyage « Thearkave tours » Mr Djebbera Ahcene pour son aide précieuse.

E sans oublier de remercier toute personne qui nous a aider de près ou de loin.

Dédicaces

Merci à Dieu tout puissant qui m'a donnée, le courage et la patience pour réaliser ce mémoire.

Je dédie ce modeste travail à :

- ☞ Mes chers parents, qui se sont sacrifié pour moi pour que je puisse arriver à ce stade de réussite, eux qui m'ont donné un magnifique modèle de labeur et de persévérance.*
- ☞ Mon très cher frère et bras droit et mon confident Walid à qui je souhaite bonheur et réussite.*
- ☞ Et toutes personnes qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de mon mémoire.*

 **Imane Soraya**

Dédicaces

*Je dédie ce mémoire à ma famille, elle qui m'a doté
d'une éducation digne de leurs soutient ont fait de moi
ce que je suis aujourd'hui.*

*Particulièrement à mon défunt grand-père paternel qui
n'a pas pu voir ce jour et qui a toujours veillé sur mes
études, il aurait été fier de moi.*

*A mes chers parents, aucune dédicace ne saurait
exprimer mon respect, mon amour éternel et ma
considération pour les sacrifices que vous avez
consentis pour mon instruction et mon bien être*

*A ma défunte grand-mère maternelle que dieu
l'accueille dans son vaste paradis.*

*A mes petites sœurs **AMELIA**, **ALICIA** et **MELISSA**
loin de nous qui n'a pas pu être présente.*

*A mon cher **RABAH** pour son amour et son
encouragement, la source de ma motivation.*

Liste des abréviations

APC	Assemblée Populaire communal
CB	Commissions et Bénéfices
FEM	Forum Economique Mondial
FEM	Forum Economique international
FLN	Front de Libération National
FP	Frais par Personne
CT	Coût Total
FVP	Frais variable par personne
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme
ONT	Organisation National du Tourisme
PFP	Prix du Forfait par Personne
PPSMVSS	Plan Permanent de Sauvegarde et de Mise en Valeur du Secteur Sauvegarde
UNESCO	L'Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture
ZAA	Zone d'Activité Aquacole

Liste des figures

Figure	Page
Figure n° 1 : Le continuum des biens et services	28
Figure n° 02 : La chronologie des étapes de décision	31
Figure n° 03 : Le continuum de la prise de décision	32
Figure n°04 : La Chaîne côtière	48
Figure n° 05: Le massif central	48
Figure n° 06: Les montagnes de Djurdjura	49
Figure n° 07: Situation géographique du village d’AIT EL KAID.	49
Figure n° 08: Photos montrant l’état de dégradation de la majorité des bâtisses.	56
Figure n° 09: Photo illustrant la croissance linéaire	58
Figure n°10: Les ruelles du village ATH EL KAID	59
Photo N°11 : Photos illustrant les impasses du village	59
Figure n°12: TADJMAAT duvillageATH EL KAID	60
Figure n°13: Photo illustrant TAKAAT.	61
Photo N°14: Photo illustrant l’hara.	62
Figure n°15: Le fortin	62
Figure n°16: Photo illustrant TAKAAT.	63
Figure n°17: Photos illustrant TAARICT	64
Photo n°18: Photos illustrant Lkanun	68
Photo N° 19: Photos illustrant « ikufan ».	66
Figure n°20: La porte d’entrée ou tabburt bbwakham	70

Sommaire

Introduction générale.....	1
Chapitre I : Généralités sur le tourisme culturel.....	6
Introduction	7
Section 01 : Généralité sur le tourisme	8
Section 02 :Le tourisme culturel	15
Conclusion de chapitre	19
Chapitre II : Le patrimoine touristique : Elément de valorisation du tourisme culturel	20
Introduction	21
Section 01 : Eléments de définition des produits touristiques	21
Section 2 : La conception d'un produit touristique	34
Conclusion de chapitre	39
Chapitre III : Le tourisme culturel à Tizi-Ouzou : Cas de village Ath El Kaid	40
Introduction	41
Section 01 : La monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou	41
Section 02 : Conception d'un produit touristique à thème culturelle, cas village Ath Elkaïd .	54
Conclusion du chapitre.....	75
Conclusion générale	76
Bibliographie	78

Introduction générale

Introduction générale

Le secteur des voyages et du tourisme est devenu au cours des dernières années l'une des principales sources génératrices de revenus et de richesses aussi bien dans les pays développés que dans les pays en développement.

Avec un nombre croissant de flux touristiques mondiaux, ce secteur contribue de plus en plus à la croissance des nations. Par ailleurs, outre qu'il soit un vecteur de promotion culturelle, le secteur du tourisme joue également un rôle important en matière d'attractivité des pays pour les investissements directs étrangers, et une compétitivité des pays en matière de voyages et de tourisme.

En revanche, les déterminants de la compétitivité du secteur des voyages et du tourisme en dépendent de plusieurs facteurs, géographiques, patrimoines culturels, et même politiques et sociaux.

Plusieurs pays dans le monde paraient parmi les plus attractifs à leur tête la Suisse, suivie de l'Autriche et de l'Allemagne. L'Australie, l'Espagne, le Royaume-Uni, les Etats-Unis, la Suède, et le Canada.

Ces pays traditionnels du tourisme, attirent leur avantage de l'environnement sociaux économiques, culturels et de sécurité qui favorisent le déplacement des touristes. Ainsi des pays dotant d'un nombre important de sites classés patrimoine mondial culturel et naturel par l'UNESCO et d'une législation rigoureuse et efficace en matière de protection de l'environnement. Ils se distinguent aussi de leur qualité de réseaux de transport, de communication, par leurs infrastructures hôtelières et par la qualité de l'accueil.

Dans cette optique, l'Algérie a enregistré un retard soit par rapport aux pays voisins (Le Maroc, la Tunisie) et cela est dû au niveau faible des infrastructures, notamment celles relatives au transport terrestre, à la perception de sûreté et de sécurité, au système de santé et d'hygiène.

Tout cela est dû à de nombreux bouleversements et de nombreuses périodes d'instabilité, alternant élections, manifestations et renversement du pouvoir politique. Toutefois, l'Algérie déploie, selon le FEM, des efforts considérables pour le développement du tourisme comme l'un des secteurs prioritaires dans la politique économique nationale. Il est également reconnu pour le nombre de sites culturels reconnus.

L'Algérie s'étend sur une superficie considérable de près de 2,5 million de km², située en Afrique du nord, elle borde la méditerranée sur plus de 1200km, un relief des plus variés ; Sahara, montagne, plaines, haut plateaux, régions côtières. Etc.

Ce patrimoine est fondamental, c'est l'identité du pays. C'est un repère de mémoire, les sites archéologiques et monuments exceptionnels qui parsèment le territoire algérien sont ainsi les témoins de cette diversité pour avoir reconstitué l'humanité depuis la préhistoire, jusqu'à l'époque contemporaine. Les outils, les ossements, les poteries, les armes, les pièces de monnaie, les bijoux, les vêtements, les empreintes, et bien d'autre objet peuvent nous renseigner sur notre passé.

L'Algérie a, en effet, longtemps été un pôle incontournable pour des populations venant d'Afrique, d'Europe et d'Asie. Plusieurs civilisations s'y sont succédées, mais ce qui a le plus marqué

le territoire (ex: les paysages) reste incontestablement le passage des Romains. Les plus grands sites d'Algérie en sont témoins : des villes comme Timgad, Tipaza, Djamilia et bien d'autres.

L'offre touristique algérienne est très diversifiée, on peut la diviser en trois grands types de produits. Tout d'abord, le désert et les massifs montagneux qui se trouvent majoritairement au Sud du pays. En effet, le Sahara occupe la plus grosse partie du territoire. C'est dans cette partie du pays que vivent les touaregs. Parmi ces montagnes, on peut citer à titre d'exemples le «Hoggar », le « Tassili » ou encore « l'Assekrem ». Ces régions sont de grandes étendues de sable, où on peut voir de grands canyons, des plateaux mais aussi des gravures rupestres représentant notamment des animaux (éléphant, girafe...).

Le tourisme balnéaire tient également une place importante, puisque l'Algérie dispose de 1200 kilomètres de côte sur la mer méditerranée. Puis il y a le tourisme culturel. En effet ; les grandes villes algériennes regorgent de trésors historiques, culturels mais aussi des traditions. C'est le cas des villes d'Alger, d'Oran, de Constantine, de Bejaia mais aussi de Tizi-Ouzou, ces lieux sont l'occasion de découvrir la culture et les traditions de ces régions. Tizi-Ouzou possède des atouts culturels matériels très importants (ruines, des villages ancestrales) lui permettant de créer un tourisme culturel par excellence.

Cette région montagneuse a un gisement architectural ancestral ancré dans le patrimoine matériel national ce potentiel est l'objet de notre étude de recherche qui est le Village Ait El kaid, est un village traditionnel parmi les autres qu'en apercevant de loin le visage des villages Kabyles d'antan, image qu'on ne retrouve presque plus de nos jours, dans nos paysages, ce village typique doté d'une architecture ancienne Ces maisons semblent minuscules, incroyablement juxtaposé est l'une à l'autre. Leur aspect général témoigne du génie de l'homme qui avait bâti le tout et donne l'impression que ce village ne pouvait être édifié autrement. Ce riche patrimoine nécessite une valorisation pour être à juste valeur pour les générations à venir, ainsi pour une exploitation touristique par excellence.

Problématique

Le Village Ait El Kaid, regroupant d'anciens bâtis à caractère architectural traditionnel. Son architecture vernaculaire est typique et adaptée à son espace naturel. Elle incarne un savoir-faire local et une organisation sociale traditionnelle bien structurée.

Cet ensemble architectural, apparaît bien comme la projection dans l'espace des liens collectifs et le rapport au sol.

Le village, dispose du patrimoine culturel le plus riche et le plus beau de la région, il regorge un plan architectural. Cités parmi des centaines d'autres, qui ne demandent partager avec les visiteurs, nationaux ou étrangers, leur histoire, l'incomparable dimension esthétique.

La question primordiale qui se pose donc, est la suivante : **Comment mettre en valeur le patrimoine culturel architectural du village Ait El kaid?**

Questions secondaire

De cette problématique découlent les questions suivantes :

- Le potentiel culturel de villages est-il favorable au développement d'un produit touristique ?
- Quel serait l'avantage de l'exploitation du ce potentiel dans cette région ?
- Quels sont les moyens pour accueillir les masses de visiteurs ?

Hypothèses :

Le patrimoine culturel architectural de village est constitué caractère architectural exceptionnels, ne pas connus du grand public.

Progressivement le tourisme culturel touche un public plus large dont les pratiques et les attentes sont forcément culturelles. Certaines sont guidées par la découverte de l'art architectural, l'intérêt culturel et artistique.

- **Hypothèse 01** : L'offre culturelle dans dispose le village ait El Kaid est adéquate pour la transformer en un produit marchand comme les autres ressources touristiques.
- **Hypothèse 02** : Les projets d'investissement et de rénovation dans le secteur de tourisme contribuent à la diversification de l'offre touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

Le choix du thème :

De ce fait, nous avons choisi ce thème pour présenter le patrimoine culturel dans dispose la région Agoni Gaghrane Tizi-Ouzou, le valoriser, revivifier le passé et conforter l'identité de cette région.

Intérêts et difficultés de recherche :

L'intérêt général de notre recherche, vise à exploiter le patrimoine culturel dont dispose le village Ath El Kaid et de l'adapter à une juste valeur pour la mise en marche, dans le contexte de tourisme culturel. Par conséquent, d'autres objectifs y découlent :

- Définir les atouts culturels existants dans la région ;
- Réaliser un chemin à vocation touristique culturelle ;
- Protéger et valoriser le patrimoine culturel par le tourisme ;
- Participé à diversifier l'offre touristique ;
- Participé au développement de l'économie locale ;
- Encourager le respect et le dialogue entre les sociétés et autres civilisations.

Les difficultés :

Afin d'arriver à l'objectif final de ce mémoire, nous avons rencontré une série de difficultés, qui ont compliqué l'avance de notre travail. Notamment par les variations des données statistiques selon les différentes sources.

Méthodologie de travail :

Afin de réaliser notre travail de recherche et d'atteindre nos objectifs nous avons suivi une méthodologie qui s'est articulée autour de deux étapes.

- Recherche bibliographique :

Une recherche a été effectuée à travers des ouvrages consacrés au tourisme, au marketing et au tourisme culturel en général.

Nous nous sommes appuyés également sur les articles, les revues, les brochures

La deuxième démarche a été le **travail de terrain** :

Une analyse complète de notre étude en comparaison avec les données littéraires.

Cette démarche nous a permis de collecter des informations très actualisées.

- Structure de la recherche

Ce travail est présenté en deux parties : une première partie consacrée au volet théorique et une autre partie pratique.

- **La partie théorique** est divisée en deux chapitres qui sont analogues et sont intitulés respectivement notions de tourisme et produit touristique, chacun d'eux débute par une définition des concepts relatifs au Tourisme et au phénomène culturel et retrace leur évolution dans le monde. Ils finissent par présenter leur poids dans l'économie.

- **La partie pratique**, elle contient un chapitre englobant « la monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou » constitue une étude sur les ressources culturelles en général que recèle la région. Et « la proposition d'un circuit touristique à thème culturel », pour démontrer aux visiteurs le Village ait Elkaid qui un site à haute valeur historique et architecturale.

Pour finir, une conclusion générale présentera la possibilité d'exploiter le potentiel culturel pour un produit touristique marchand qui peut avoir des impacts positifs voir économique sur tous les domaines. Pour mieux enrichir le but de cette étude, nous avons proposé quelques suggestions.

Chapitre I : Généralités sur le tourisme culturel

Introduction

Aujourd'hui, le tourisme est de plus en plus considéré comme le moteur du développement durable par ses effets par rapport aux autres secteurs. Il constitue un soutien à la croissance et une source de création de richesses, d'emplois et de revenus.

Le loisir constitue aujourd'hui une source majeure dans notre civilisation. Cette notion recouvre trois choses : le tourisme, les déplacements et activités de weekend, le temps libre ou loisir quotidien.

L'homme est de plus en plus en activité (affaires, loisirs, cultures, sports, ...), ce qui a engendré le développement du tourisme et de flux des touristes. Donc les pays sont dans l'obligation de diversifier ses produits, ses destinations en fait un grand dévoreur d'espaces qu'il faut aménager, exploiter, gérer, protéger, dans son intérêt comme dans celui de la collectivité toute entière, ce qui entraîne inévitablement la création d'une série d'activités à caractère touristique destinée à satisfaire les différents besoins du touriste (hôtels, restaurant ; magasins de souvenirs, agence de voyage ; transports, etc..).

Aussi, il convient de cerner les différentes définitions données à ce secteur d'activité et d'ensaisir son importance économique et sociale.

Section 01 : Généralité sur le tourisme

Dans cette première section, nous allons donner un aperçu général sur le tourisme, et donner à l'occasion les définitions apportées au touriste, voyage, et tous autres éléments entrant dans l'activité touristique.

1.1. Aperçu historique du tourisme

Le tourisme a connu plusieurs périodes et s'est développé avec l'homme et ses différentes innovations.

1.1.1. Le tourisme pendant l'antiquité et le moyen âge

Le tourisme est le fait de voyager, ou de parcourir pour son plaisir un lieu autre que celui où l'on vit habituellement. Ce concept n'avait pas cours dans l'antiquité grecque, mais l'intérêt que l'on portait alors, à l'art, à la culture, au sport, et les voyages qui s'ensuivent, provoquent les mêmes effets.

Ce constat est d'importance car il signifie, entre autre, que le tourisme que l'on qualifie de nos jours de phénomène social est déjà inscrit dans la mémoire des hommes au plus haut niveau de leur cosmos.¹

En effet, avec l'apparition de différentes cultures et religions ; l'homme s'est déplacé pour des raisons religieuses et culturelles, en allant visiter les sites sacrés ; et prier dans les grands monuments religieux.

Il faut aussi noter que le tourisme d'affaire a joué un très grand rôle et était très développé dans l'antiquité. Le négoce international a conduit les marchands recrutés parmi les nobles,

1.1.2. L'évolution du phénomène touristique de 15^e au 18^e siècle

Cette période, caractérisée par le déclenchement de la révolution industrielle, joua un rôle majeur car elle permit de relancer le tourisme et même de l'améliorer. C'est ainsi que le tourisme fut fondé sur l'ouverture sur le monde, la découverte, les soins du corps qui ne sont plus sujet de honte, et finalement, la soif de bien vivre son passage sur terre.

Au 17^e siècle, les anglais se mettent également à voyager puisqu'ils préconisent à tout jeune aristocrate d'effectuer le grand tour, périple continental destiné à parfaire son éducation. Le terme de « tour » devint populaire en grande Bretagne au 18^e siècle quand le « grand tour of Europe » (grand tour de Europe) devint une part de l'éducation des jeunes et riches gentilshommes britanniques. Pour parfaire leur éducation et fuir le mauvais temps de leur île natale, nombre de jeunes allaient en Europe, mais surtout dans des lieux d'intérêt culturel et esthétique.

¹Jean Michel, Hoerner. Géographie de l'industrie touristique, Édition marketing, S.A, 1997, pp.14, 18

C'est ainsi qu'à la fin de ce siècle apparaissent pour la première fois les mots « tourisme » et « touriste ».¹

1.1.3. L'évolution du secteur touristique entre 1800 et 1950

C'est à cette époque que le tourisme est réellement apparu et est devenu une activité économique à part entière, même si elle n'est accessible qu'aux bourgeois et aux aristocrates. Cela se traduit par des aménagements qui ont bouleversé le milieu local.

Chamonix en France devient la capitale incontestée de l'alpinisme ; Les infrastructures d'hébergement et de restauration s'y implantent de manière importante.

A cette époque les casinos et les champs de course se multiplient tout comme les stations thermales qui sont aussi recherchées. Cependant ce siècle apporte plus que du tourisme, il offre les éléments technologiques de son développement moderne. Les premières lignes de chemins de fer, nées sous la monarchie de juillet, forment un réseau complet à la fin du siècle et permettent l'acheminement rapide et confortable des touristes aux quatre coins de la France.

Le 5 juin 1841 Thomas Cook organise le premier train d'excursion collective pour transporter un groupe important de militants à une manifestation de tempérance. Il obtint donc une réduction sur les transports ferroviaires, avant de leur proposer certains services de restauration et de divertissement, c'est l'apparition des voyages organisés. La fin du siècle voit le développement aussi bien de l'hôtellerie de luxe sous l'impulsion de Charles Ritz, que de la petite et moyenne entreprise. Elle apporte également les premières grandes associations de tourisme : le club Alpin Français en 1875, le Touring club de France en 1890 et l'automobile club en 1896. Le tourisme s'organise aussi à travers le British Alpin club qui fut le premier fondé en 1957.

1.1.4. L'explosion contemporaine

L'explosion contemporaine du tourisme ne pouvait se produire sans une évolution économique et sociale, mais aussi technologique et politique profonde. Au même temps de nombreux facteurs sociaux vont encourager la pratique du tourisme : allongement de la durée de vie, abaissement de l'âge de retraite, extension de la durée des congés payés, la baisse des coûts de transports et la mise en place d'hébergement réduit vont favoriser l'augmentation des déplacements, toujours provoqués par le désir de fuite de l'agglomération vers la campagne, la mer ou la montagne. La civilisation industrielle contemporaine a également créé le besoin de

¹Pierre, P.Y. Le tourisme un phénomène économique, nouvelle édition, la documentation française, 2002 pp.7, 8

déplacement touristique comme compensation aux conditions de travail et fuite devant les nuisances faisant donc du tourisme un fait économique et social majeur.¹

1.2.Définition de concept concernant le tourisme :

1.2.1. Définition du tourisme

Le tourisme est l'expression d'une mobilité humaine et sociale fondée sur un excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps libre passé à l'extérieur de la résidence principale. Il implique au moins une nuit passée hors du domicile.²

D'après certaines définitions il faille au moins quatre ou cinq nuits passées hors de chez soi. Il concerne un déplacement d'agrément, s'appuie sur un ou plusieurs types de loisirs conjugués ou successifs. Il répond à un certain besoin d'évasion conduisant au dépaysement momentané ou périodique. D'abord réservé essentiellement aux catégories fortunées de la société, il visa dès l'origine l'exotisme et dépassa d'habitude les confins nationaux.

La législation sociale contemporaine en fit un droit pour tout travailleur, d'abord en pays industrialisé, puis progressivement dans les régions en voie de développement. Devenu ainsi un phénomène de civilisation qui s'adressait aux masses laborieuses en même temps qu'aux couches aisées de la population, le tourisme finit par pénétrer fortement les mentalités ; il alimenta les rêves, suscita un monde nouveau d'images. À présent, il fait l'objet de préoccupations annuelles. Après avoir marqué le rythme de vie de façon exceptionnelle, il a pris un caractère périodique, répétitif.

1.2.1.1. La définition de l'OMT

Selon l'OMT, le tourisme : est l'activité de personnes voyageant vers des endroits à l'extérieur de leur milieu habituel et séjournant dans ces endroits pendant moins d'une année consécutivement à des fins de loisir, d'affaires ou à d'autres fins.³

L'OMT rajoute que le tourisme est un déplacement hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé).

1.2.1.2. Définition de l'activité Touristique selon législateur Algérien

¹Pierre, Py. Op. Cite, pp.7, 8

²Tourisme. Définition Encyclopédie Universalise, octobre, 2005

³Organisation national du tourisme, (ONT)

Le législateur définit l'activité touristique comme étant « toute prestation de service, de vente de voyage ou d'utilisation d'infrastructures touristiques fournies à titre onéreux avec ou sans hébergement ». ¹

1.2.2. Définition du voyage

Un voyage est un déplacement effectué vers un point plus au moins éloigné dans un but personnel ou professionnel, le voyage s'est considérablement développé et démocratisé au cours du 20^e siècle avec l'avènement de moyens de transport modernes et de plus en plus rapides et confortables, le chemin de fer d'abord, puis l'automobile et l'avion. ²

1.2.3. Définition du touriste

La définition du touriste et plus généralement du tourisme varie d'un pays à l'autre.

Certains pays comptabilisent tous les voyageurs qui franchissent leurs frontières alors que d'autres ne recensent que ceux qui séjournent effectivement sur place. En 1963, la conférence des nations unies sur le tourisme a défini le touriste de la manière suivante

"visiteur temporaire séjournant au moins vingt-quatre heures dans le pays visité" quels que soient le motif de son séjour.

Le touriste s'oppose à l'excursionniste défini comme un "visiteur temporaire dans la durée est inférieur à vingt- quatre heures ". ³

Pour l'OMT (Organisation Mondiale du Tourisme), un touriste est soit un visiteur soit un voyageur. Les visiteurs regroupent les touristes - comptabilisés à partir des nuitées - et les visiteurs d'un jour - les excursionnistes - décomptés par questionnaires, statistiques des entreprises et autres recherches individuelles. Un voyageur est une personne « qui se déplace entre deux ou plusieurs pays ou entre deux ou plusieurs localités dans son pays de résidence habituelle ». ⁴

1.3. Les différentes formes de tourisme

L'OMT classe le tourisme en deux grandes formes : la forme classique et la forme contemporaine. ⁵

1.3.1. La forme classique

Cette forme de tourisme regroupe :

1.3.1.1. Le tourisme balnéaire

¹Loi N° 03-01 du 16 Dhou EL Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relative au développement durable du tourisme

²« Voyage » dans wikipédia, l'encyclopédie libre, [<http://FR.wikipedia.org/wiki/voyage>], consulté le 20/06/2023, à 12 :38.

³J.P, Pasqualini. B, Jacquot. Tourisme, édition, Dunod, 1989

⁴ Anthony Simon, Tourisme Fondamentaux et techniques, Dunod, Paris, 2019, p 7.

⁵Mr, Audoux. Hôtel théorie et pratique, édition Jack Lahore France. pp. 2, 3

C'est la forme la plus ancienne de tourisme, il concerne tous les activités pratiques aux bords des plages, nautisme, voile, etc.

1.3.1.2. Le tourisme sportif:

Les activités dans le tourisme sportif sont diverses et liées à un environnement spécifique : la montagne, le littoral, la campagne, ces activités sportives peuvent être le ski, la randonnée... il connaît un très grand développement non seulement pendant les périodes des vacances, mais également pendant les weekends.

1.3.1.3. Le tourisme gastronomique et vinicole:

Chaque région a ses spécialités, lesquelles dégagent des saveurs particulières, le tourisme pratiqué dans ses régions en question se fait autour des hôtels qui commercialisent ce thème, certains pays comme la France est une destination prisée pour son patrimoine gastronomique et pour la production des vins de gamme.

1.3.1.4. Le tourisme ludique

Il concerne les activités de divertissements tels que les casinos, les parcs de loisirs, les parcs à thème, visites aux zones et parcs animaliers.

1.3.1.5. Le tourisme culturel

Il s'intéresse au patrimoine architectural (monuments civils et religieux, bâtisses et forteresses, châteaux ...) ainsi qu'aux manifestations telles que festivals du tourisme culturel ; mais cependant, il tend de plus en plus à être reconnu. Il consiste en une visite des lieux de mémoire pour se souvenir et même pour se recueillir.

Mais aussi le tourisme culturel est un déplacement d'au moins une nuitée dont la motivation

Principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire »¹.

Le tourisme de découverte culturelle a été pratiquement l'une des formes de tourisme la plus ancienne et connu pendant des décennies. C'est un moyen important pour célébrer, préserver et promouvoir le patrimoine unique d'un état, d'accroître les possibilités pour les artistes, encourager et inciter la participation du public dans les différents arts et de stimuler le développement économique.

¹Marc BOYER, Histoire générale du tourisme, du XVIe au XXIe siècle, Paris, L'Harmattan, 2005, p. 18.

1.3.1.6. Le tourisme scolaire

Ce sont les sorties encadrées aux différents endroits (montagnes enneigées) et établissement (entreprises Hôtels, centre de recherche ...) qui sont en relation ou pas avec le programme scolaire, ce tourisme inclus aussi les voyages de fin d'études.

1.3.1.7. Le tourisme culturel

Qui se caractérisent par la visite aux différents monuments religieux, la fréquentation des lieux de culte et manifestations religieuses : pèlerinages, rassemblements à caractère spirituel.

1.3.1.8. Le tourisme industriel

Il attire les touristes de tous les âges, curieux de découvrir le passé industriel et technologique. Les déplacements se font généralement en groupes.

1.3.2. Les formes contemporaines

Plusieurs nouvelles formes du tourisme sont émergées : ¹

1.3.2.1. Le tourisme libre

Très populaire surtout chez les catégories des jeunes qui recherchent l'évasion et l'aventure.

1.3.2.2. Le tourisme organisé

Il a connu une progression spectaculaire, avec l'apparition des villages de vacances, des agences de voyages et de tourisme qui proposent des formules « charter » à l'origine d'une baisse des prix considérable et d'une croissance importante du trafic des transports, il en résulte le développement des formules de tourisme d'affaires qui proposent en même temps que les activités professionnelles, des visites guidées en un temps limité.

1.3.2.3. Le tourisme de masse

Son objectif principal était de permettre l'accès aux catégories les plus modestes au tourisme. Cet objectif devait être atteint en offrant des avantages aux personnes ayant de faibles revenus.

Le tourisme social s'est développé sous forme associative avec des aides des pouvoirs publics (auberges de jeunesse, maison familiales de vacances, gîtes...).

1.3.2.4. Le tourisme rural

C'est une forme de tourisme où les visiteurs se déplacent vers des zones rurales, pour se reposer ou pratiquer certaines formes de loisirs spécifiques à ce type de tourisme.

1.3.2.5. Le tourisme écologique

¹Pierre, PY op. Cite, p. 33.

Appelé aussi « tourisme vert » qui est une autre forme de tourisme (spécialement au Canada, et qui prend de l'ampleur dans d'autres pays du monde) caractérisé par le déplacement des touristes vers des sites écologiques protégés, parcs appartenant au patrimoine naturel mondial.

1.3.2.6. Le tourisme urbain

C'est une nouvelle forme de tourisme apparue récemment (en Europe), qui se caractérise par des visites dans des villes offrant des curiosités architecturales, historiques, culturelles et autres.¹

1.4.L'importance du tourisme dans le monde

Selon l'organisation mondiale du tourisme en 2005 environ 760 million de touristes internationaux ont entraîné plus de 500 milliards d'euros de recettes en donnée corrigée. Depuis 1970 date de premières mesures statistiques, la croissance a été régulière et fort. Le nombre de touristes internationaux a été multiplié par 10 en Trent ans, les prévisions dans un optique optimiste développement du monde, sont encourageantes portes pour le tourisme avec un doublement du nombre de touristes internationaux entre 2000 et 2020. Si l'on ajoute a ces chiffres déjà impressionnants, les touristes, beaucoup plus nombreux, qui se déplace dans leur propre pays, on mesure l'importance et l'impact de tourisme sur l'économie mondiale, les pays industrialisés accueillent le plus de visiteur l'Europe en tête avec 55% des parts du marché mondial suivie des Etats unis avec 20%. La France reste la destination la plus visité du monde avec 75,2 millions d'arrivées de touristes.²

L'Espagne ou les arrivées de touristes atteignent 53,6 millions, se situe au deuxième rang, suivie des Etats unis avec 46,1 millions d'arrivées. La chine avec 41,8 million de touriste prend la quatrième place doublant l'Italie qui en totalise 37,1 millions sur le plans des recettes les Etats unis viennent en tête (74.5 milliards d'euros) Suivie par l'Espagne 40,8 d'euro et l'Italie 35,7 d'euros.³

Cependant, si un pays ne dispose pas des infrastructures d'accueil, des réseaux de transport, le touriste ne viendra pas. Ainsi, les pays ne disposant pas de base touristique importante ne peuvent pas dégager les devises leur permettant de créer les infrastructures nécessaires à l'accueil des touristes et ainsi augmenter leurs revenus. En ce sens, le développement doit préexister. Par ailleurs, les pays du tiers-monde notamment sont souvent

¹ Services de tourisme, [http://www.wto.org/french/tratop_f/tratop_f.htm], consulté le 15/04/2023 à 5 :24.

² Aline, Mes plier. Pierre, bloc-Durafour. Le tourisme dans le monde, édition Bréal, France, 2005, p.32.

³Ibid.

dépendants des pays développés. Ce sont les tour-opérateurs des pays industrialisés qui contrôlent l'offre et élaborent les produits.

Le plus souvent les ressources touristiques ne profitent pas totalement au pays concerné. Seuls lui reviennent les prélèvements fiscaux (taxes d'aéroports, visa...) effectués auprès des touristes. Cependant, même si les recettes sont parfois faibles, elles existent et ne peuvent que profiter au pays et donc à son développement.¹

1.5. Le tourisme moteur de l'économie

Le tourisme, par ses effets d'entraînement, est un facteur d'augmentation et de nouvelle répartition du revenu national. Mais encore faut-il qu'il soit intégré à l'économie nationale, que les biens et services utilisés dans la consommation touristique soient produits sur place pour la plus grande part et non importés, sinon il y a fuite de recettes vers l'étranger, ces fuites sont un des éléments pris en compte par le multiplicateur.²

Le multiplicateur touristique n'est autre que le multiplicateur d'investissement élaboré par Keynes ; aussi, avant de l'aborder, un développement s'impose sur les investissements touristiques.

En 2022, le secteur a connu une croissance annuelle de 22%, atteignant les 7,7 billions de dollars de contribution économique mondiale. Cela représentait 7,6% de l'économie mondiale, la plus haute contribution sectorielle depuis 2019.³

Section 02 : Le tourisme culturel

Les acteurs du tourisme sont en quête de solutions en faveur de l'attractivité du territoire. Le levier culturel est un secteur en constante expansion. Il est un vecteur important d'attractivité du territoire et participe activement à son développement économique. Cette forme de tourisme durable contribue à la préservation et la valorisation du patrimoine culturel, pour cela, l'ambition des professionnels du voyage est de replacer la culture au centre des enjeux touristiques et ainsi se positionner sur le tourisme culturel.

Dans cette optique, l'offre touristique doit se réinventer et se renouveler pour exploiter au mieux la richesse du patrimoine et répondre aux demandes de plus en plus exigeantes des touristes.

¹) Annie, Dubois. Economie du tourisme, Édition Casteilia, 2005, Paris, p. 131.

²Economic Review of world Tourism, Université du Michigan 1988, p.72

³ Les destinations touristiques mondiales - Faits et chiffres, sur : <https://fr.statista.com/themes/9823/les-destinations-touristiques-mondiales/>, consulté le 12/06/2023, à 15 :17.

2.1. Le patrimoine culturel

Le concept de patrimoine intègre plusieurs dimensions, selon le type de patrimoine étudié (bâti, espaces vert), le mobilier, les savoir-faire utilisés et le lieu où il s'inscrit (contexte urbain ou rural), généralement, il se réfère aux richesses et à l'héritage transmis par une collectivité. Le rapport qu'une collectivité entretient avec son passé en effectuant des choix de conservation dans le but de transmettre une certaine vision de l'histoire fait également partie de la définition de patrimoine. Constituant une thématique d'actualité, les questions touchant le patrimoine culturel occupent une place de choix dans les études patrimoniales.

Bien que ce sujet ne soit pas nouveau, le patrimoine culturel fait l'objet d'un intérêt plus marqué.

Aujourd'hui, il ne s'agit pas seulement d'un intérêt porté à la préservation des lieux culturels, mais d'une réflexion à long terme et intégrant des dimensions multiples.

2.2. Définition du tourisme culturel

Pour mieux comprendre le concept de tourisme culturel, il faut en donner une définition. Cependant, tout comme le concept de tourisme, il n'existe aucune définition universelle du concept de tourisme culturel.¹

La première définition de Silberberg(1995) présente le tourisme culturel ainsi: «visites par personnes de l'extérieur d'une communauté hôte motivées entièrement ou en partie par des intérêts pour le patrimoine historique, artistique, scientifique ou le style de vie 16 offerts par une communauté, une région, un groupe ou une institution²». Tandis que la deuxième, de Craik (1995), va comme suit: « Le tourisme culturel consiste à faire des excursions dans d'autres cultures et endroits pour apprendre sur les gens, leur style de vie, leur patrimoine et leurs arts, en s'assurant que la représentation de ces cultures et de leur contexte théorique soit authentique³».

Le tourisme culturel ne peut exister qu'à la condition qu'une partie du monde se donne en spectacle à l'autre en affichant sa différence.

Considérant ces deux définitions, elles s'avèrent similaires à plusieurs niveaux. Toutes les deux font mention des déplacements des voyageurs vers d'autres endroits que leurs lieux d'origine. Ce sont là des caractéristiques propres au tourisme. Elles comportent également à peu près les mêmes composantes d'histoire, d'art, de patrimoine, de culture, montrant la

¹Silberberg, T, Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites, *Revue Tourism Management*, 16, 1995, p 361-365.

²Claude ORIGET du CLUZEAU, *Le tourisme culturel*, 1re édition, DE Boeck, Paris, 2013, p 1.

³Ibid.

spécificité de ce type de tourisme. En effet, le tourisme culturel se trouve plus précis que lorsqu'il est question de tourisme en général.

La première définition met l'accent sur la motivation des touristes à participer au tourisme culturel. Elle laisse entendre que les touristes peuvent être motivés en partie ou en entier par les composantes du tourisme culturel, une motivation résultant des besoins culturels de vivre des expériences touristiques axées sur la culture. Notamment, s'ils ne sont pas motivés par les composantes de ce type de tourisme, alors il n'y a pas lieu de parler de tourisme culturel.

Quant à la deuxième définition, elle met l'accent sur un phénomène très important, soit l'apprentissage que procure le tourisme culturel, aux touristes, par le biais de ces composantes. Un apprentissage qui est requis pour vivre une véritable expérience touristique axée sur la culture. En ce qui a trait à l'ajout de l'énoncé de Fabrizio, il ne nécessite aucune explication supplémentaire tant il est explicite. En dernière analyse, en mettant l'emphasis sur l'expérience touristique pouvant être vécu par les touristes, nous informons de l'importance accordée à cette expérience lors du tourisme culturel.

2.3.La relation entre patrimoine et tourisme

La relation entre patrimoine et tourisme s'impose davantage comme un outil de développement économique territorial. Dans la plupart des cas, imitant le modèle anglo-saxon du concept d'interprétation du patrimoine, il s'agit de donner une plus-value touristique à un site patrimonial au moyen d'interventions en matière d'infrastructures d'accessibilité, de services marchands (boutique, restauration) et d'une mise en scène associant de nouvelles technologies d'interprétation muséographique et de scénarisation.¹

En transformant la ressource patrimoniale en un produit touristique de consommation, les décideurs espèrent provoquer ou accroître les flux de visiteurs extérieurs au territoire local (voire étrangers), un enrichissement économique pour le site et au-delà, un renforcement de l'attractivité du territoire qui l'entoure. Parallèlement, le site est agencé avec d'autres lieux touristiques de façon à créer de véritables produits territoriaux mis en marché à travers des itinéraires thématiques et différents réseaux dont l'échelle géographique varie du local à l'international.

Typiquement, la plus-value du projet pour le territoire et les retombées économiques pour la collectivité sont présentées comme allant de soi et deviennent les justifications majeures des investissements à réaliser.

¹Rekkis, Mounir. « Le tourisme culturel dans la wilaya de Bejaia, réalité et perspectives », Mémoire de fin d'étude, Ecole National Supérieure du tourisme, Alger, 2010, p. 43.

2.4. La mise en valeur du patrimoine culturel

La ville joue un rôle important dans la valorisation du patrimoine culturel puisque les sites et les monuments patrimoniaux se trouvent soit dans les villes soit dans les périphéries de celles-ci. De ce fait, la ville est responsable localement de la conservation, la mise en valeur et l'animation du patrimoine. La ville doit tout d'abord identifier ses ressources en patrimoine, ce qui le domaine patrimonial.¹

La richesse du patrimoine, relevée par les actions de la ville, ne doit pas profiter uniquement aux touristes mais aussi aux habitants locaux dans le but de la découverte de leur propre patrimoine et pour les travaux de recherche.

La mise en valeur renferme la conservation de l'ensemble des centres historiques. Elle nécessite l'élaboration d'un plan de sauvegarde et de mise en valeur. Dans ce plan, sont inclus les couleurs, les formes, matériaux, composants de la construction, esthétique des façades, couvertures des monuments et bâtiments en question.

Dans ce plan on trouve aussi la liste des bâtiments qu'il faut conserver, ceux dont il est interdit de démolir ou de modifier. Ce plan de conservation interdit même aux propriétaires des immeubles ou constructions conservées de les démolir ou même les modifier ou restaurer sans avoir déjà eu la permission des autorités compétentes l'un des objectifs de ce plan de conservation est la protection du patrimoine, sa mise en valeur et sa gestion. Il est déterminé par l'Etat qui procède à son élaboration zone par zone.²

2.5. Le patrimoine et la communication

Le rôle de la communication est très important pour le patrimoine. Les médias offrent à celui-ci l'opportunité de promouvoir son image pour un public gigantesque. Avec le développement des nouvelles technologies et l'amélioration non-stop de la technologie de transmission des informations, et avec internet, le patrimoine peut voyager dans l'espace pour se faire connaître partout et motiver les gens. En plus d'internet, il y a les revues, les brochures qui peuvent transmettre des informations et des images. Le patrimoine se sert de plus en plus du marketing et sa politique de commercialisation est devenue semblable à celle d'un produit consommable.³

Le marketing du patrimoine consiste à faire stimuler les émotions des consommateurs pour en fin de compte prendre la décision d'achat et de venir visiter et découvrir.

¹Pasqualien, J-P. Jacquot, B. Tourisme, organisation, économie et action touristiques, édition Dunod, Bruxelles, 1991, pp. 176, 177.

²Brière- Cuzin, F. Méthodologie touristique, les techniques d'organisation des visites en France et à l'étranger, édition Bréal, paris, pp. 51,52

³Brière- Cuzin, F., op. Cite, p, 44 ,45.

Conclusion de chapitre

Le tourisme est une activité ancienne, qui a pris au 20^e siècle une dimension planétaire. Il constitue désormais un secteur économique fondamental dans de nombreux pays développés comme dans des pays en développement, qui en font un facteur essentiel de leur développement.

Ainsi que le tourisme joue un rôle prééminent dans le dialogue des religions, des cultures et des civilisations et servir de catalyseur à de nombreux projets et programmes ; aucune rencontre ne peut se faire sans liberté de voyager, sans liberté de mouvement et sans respect des droits de l'homme.

Chapitre II : Le patrimoine touristique : Élément de valorisation du tourisme culturel

Introduction

De toute évidence, le produit est l'élément central du marketing touristique car il incarne l'offre qui est faite au touriste, présent ou potentiel, à fin que celui-ci puisse satisfaire ses besoins et ses désirs. Cependant le concept du produit a besoin d'être défini de façon particulière dans le contexte de tourisme.

Afin d'atteindre son plein potentiel, une destination touristique doit proposer une panoplie de produits touristiques, susceptibles de valoriser ses atouts et répondre aux curiosités des visiteurs.

Section 01 : Éléments de définition des produits touristiques

Afin d'atteindre son plein potentiel, une destination touristique doit proposer une panoplie de produits touristiques, susceptibles de valoriser ses atouts et répondre aux curiosités des visiteurs.

1.1. Produits touristiques : concepts et caractéristiques

Avant d'exposer la structure des produits touristiques et leur conception, nous avons trouvé utile de donner les définitions concernant le produit touristique, ainsi que ses caractéristiques.

1.1.1. Définition du produit touristique

Le produit touristique est l'ensemble des biens et services mis à la disposition du touriste : nourriture, logement, transport et distraction.

En fait le produit touristique lui-même n'existe pas en tant que bien tangible mais il existe véritablement en tant que bien impalpable. Étant la réunion de biens et de services, on le définit comme un bien économique qui a pour objectif de satisfaire un besoin qui correspond à un manque, un sentiment de privation accompagné du désir ou de la nécessité de la faire disparaître. Le besoin est certes secondaire (non nécessaire à la survie) mais a pris toute son importance dans notre société de consommation.¹

Au sens strict, un produit touristique est un assemblage de prestations et de services (hébergement, restauration, animation, transport, excursions, visites) autour d'un site ou d'un centre d'intérêt spécifique. Selon la définition officielle de l'Organisation Mondiale du Tourisme, le produit touristique est donc « tarifé et vendu à travers des circuits de distribution. Il a un cycle de vie. »²

Une définition qui se veut aussi large que possible, a été formulée par Kotler et Turner:

¹Annie, Dubois. Economie du tourisme, op.cit, p. 16.

² Anthony Simon, Tourisme fondamentaux et techniques, Dunod, Paris, 2019, p 234.

« Un produit est tout ce qui peut être offert à l'attention, l'acquisition, l'utilisation ou la consommation d'un marché cela comprend les objets physiques, les sciences, les personnalités, les liens, les organisations et les idées ».

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, « les produits caractéristiques du tourisme sont ceux qui remplissent au moins une des deux conditions suivantes :¹

- Les dépenses touristiques concernant le produit (bien ou service) doivent représenter une part importante des dépenses touristiques totales ;
- Les dépenses touristiques concernant le produit doivent représenter une part importante de l'offre du produit dans l'économie. Cette condition suppose que la fourniture d'un produit caractéristique du tourisme cesserait d'exister en quantité significative en l'absence de visiteurs. »

Ainsi, un produit touristique est un bien ou service faisant partie des achats récurrents des touristes, et/ou qui dépend du marché touristique comme principal débouché. Ce terme couvre un large éventail de produits.

1.1.2. Les caractéristiques du produit touristique

Les économistes classent le tourisme dans le secteur tertiaire celui des services. Le tourisme est un produit composite offrant une combinaison de biens matériels (œuvre d'art hôtels, etc.) et de prestations immatérielles (climat personnel) : on peut donc le classer parmi les services dit mixtes.

De cette appartenance, naissent plusieurs caractéristiques : ²

- Les services touristiques ne peuvent être stockés (nuitées d'hôtel, sièges d'avion, etc.) ;
- Ils sont conditionnés par la présence des clients (pas d'expédition du produit) d'où influence du transport ;
- La production et la consommation, se font donc au même endroit, au même moment en s'inscrivant à l'agence de voyage, le candidat touriste acquiert seulement le droit d'utiliser la prestation, par la prestation, elle-même, les problèmes « d'overbooking ».
- La consommation, entraîne aussi la destruction, du service, pour seule valeur résiduelle, l'expérience, le souvenir ;
- Le bien touristique est inélastique relativement peu adaptable en cas de changement dans la demande ;

¹<http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/produit-touristique>, consulté le 12/005/2023, à 15 :25.

²Gérard, Toquer. Michel, Zins. Marketing du tourisme, Edition ESKA, S.A.R.L. 1987, pp.152, 157

- Enfin, dans le produit global composite, il y a complémentarité des divers sous-produits entre eux, seul comme produit global, celui-ci n'est pas homogène.

Le produit touristique est fortement basé sur la qualité environnementale, culturelle et sociale. Créer des produits de tourisme durable relève d'une démarche qui exige du temps, une réflexion approfondie (notamment sur les répercussions) et des investissements un peu plus lourds que dans le cas d'une opération classique. Les objectifs principaux à prendre en compte restent la satisfaction du client et le déclenchement de sa décision d'achat. Si, comme le dit André Gide, « tout choix est une élimination », il s'agira de trouver des moyens d'incitation pour orienter la demande de produits touristiques vers ceux qui sont respectueux des principes du tourisme durable et rejeter ceux qui ne respectent pas certaines normes ou chartes.

Le client est, et reste, moteur en matière de développement touristique, puisqu'il est à l'origine de la création de produits touristiques offerts par les opérateurs. On peut imaginer qu'une boucle itérative relie ces deux catégories d'acteurs, le point de départ étant le client.

En résumé, les produits touristiques sont caractérisés par la suppression de la déconnexion entre la production et la consommation. Le produit est alors, dans la plupart des cas, coproduit par le prestataire et le touriste-client.

1.2. Les éléments composant un produit touristique

Le produit touristique est composé de plusieurs éléments dont l'interaction va permettre à cet « *ensemble produit* » d'offrir au marché cible visé un ensemble de satisfaction et de bénéfices.

Les produits touristiques se déclinent en plusieurs catégories, à savoir:¹

- L'hébergement ;
- La restauration ;
- Les services d'agences de voyages et autres services de réservation ;
- Les services culturels ;
- L'environnement immédiat ;
- La population locale ;
- L'animation et l'ambiance ;

¹Gérard, Toquer. Jean-Marie, Hazebrouck, op.cit, pp.157, 158

- Les équipements de loisir ;
- Les structures d'hébergement, de restauration et d'appareil commercial ;
- Les infrastructures de transport ;
- L'image.

Tout produit touristique est composé d'un certain nombre d'éléments de base qui constituent le cœur du produit. Ces éléments sont des facteurs naturels ou créés par l'homme, soit :

- Le site géographique et les phénomènes naturels (plage, montagne, fleuves, îles...) ;
- Les villes ou villages situés sur le site ;
- Les conditions climatiques ;
- Les sites historiques.

Pour ce qui est des facteurs naturels, ils représentent un facteur dominant du produit touristique et sont à l'origine du succès de certaines destinations comme les chutes du Niagara, le Canyon du Colorado, les gorges du Verdon, le Tassili et le Hoggar de l'Algérie. Pour d'autres, ce sont des éléments construits par l'homme qui constituent l'élément de base du produit touristique, les pyramides d'Egypte, la Grande Muraille de Chine.

1.2.1. L'environnement immédiat

Si les éléments naturels sont souvent à l'origine du produit touristique, ils doivent s'inscrire dans un environnement immédiat attrayant. Cet environnement immédiat est constitué des paysages situés à proximité du site et ont une incidence positive ou négative sur le pouvoir de séduction du site.

1.2.2. La population locale

Le tourisme favorise l'échange social entre une population qui se déplace hors de son domicile et une population locale. Généralement, ces deux populations ont des modes de vie et de cultures différentes.

Le contact entre ces deux populations peut être une source de conflits. L'attitude de la population locale influence fortement la perception que le visiteur.

Aura du produit touristique. Elle est une dimension essentielle du produit touristique et on ne peut la négliger.

1.2.3. L'animation et l'ambiance

Il est certain que le tourisme comprend, en grande partie, un élément de jouissance mentale et sensorielle. Des aspects aussi intangibles que l'esthétique et l'ambiance deviennent alors des éléments déterminants dans l'appréciation d'un produit touristique.¹

Durant la période hors saison, le manque d'animation à l'intérieur d'une station, est un handicap que même une réduction de prix ne peut totalement combler.

1.2.4. Les équipements collectifs de loisir

Si les éléments de base du produit touristique sont difficilement transformables, par contre, les équipements collectifs peuvent modifier la nature du produit touristique et satisfaire les besoins de nouvelles clientèles.

Ainsi, la création d'un centre de congrès à l'intérieur d'une ville, d'un parc d'attraction, d'une marina, d'un complexe sportif, d'un golfe sont des exemples de produits qui peuvent modifier sensiblement le produit touristique global d'une ville ou d'une station. Bien sûr, la création de ces équipements dépend du type de clientèle visée et un effort particulier de segmentation du marché devra être fait.

Un inventaire précis de ces équipements permet de vérifier la capacité du produit touristique à satisfaire les nouvelles activités de loisirs recherchées par les touristes.

1.2.5. Les structures d'hébergement, de restauration et l'appareil commercial

On définit une personne comme touriste quand cette dernière est éloignée de son domicile principal pour une période déterminée. L'hébergement et la restauration sont des éléments importants du produit touristique. Ainsi, le visiteur, pour satisfaire ses besoins d'hébergement, se voit offrir différentes possibilités, soit : l'hôtellerie, le campingcaravaning, la para hôtellerie et les gîtes ruraux.....etc.

Au cours des dernières années, la croissance du para hôtellerie répond à une évolution des besoins du touriste. Chaque type d'hébergement a des besoins spécifiques, l'offre peut être diversifiée et répondre également à des besoins différents.

Ainsi donc, les structures d'hébergement donnent le ton au reste du produit et déterminent, par conséquent, son positionnement en terme de niveau de luxe et de service, mais aussi en terme de prix.

Ce sont les hôtels, les restaurants, les commerces situés au bord d'une plage qui donnent à une station balnéaire son caractère élitiste ou populaire.

1.2.6. Les infrastructures de transport

¹Gérard, Toquer. Jean-Marie, Hazebrouck, op. Cite, pp.157, 158.

Le tourisme implique un déplacement du visiteur hors de son domicile vers un lieu de séjour. Donc, l'accessibilité de ce lieu de séjour doit être facilitée par une bonne infrastructure routière, par la présence d'un aéroport. Le déplacement du touriste doit s'effectuer dans les conditions les meilleures (minimum de fatigue et de temps) et au moindre coût. En l'occurrence, pour une station de ski, l'infrastructure routière devient un élément majeur du produit touristique qui aura pour effet de motiver ou non la visite du skieur. Pour une station touristique internationale, l'infrastructure aéroportuaire permettra ou non sa commercialisation sur des marchés éloignés.

De même les moyens de transport à l'intérieur de la station (autobus, taxi, ou autre) et les conditions de circulation sont aussi des éléments à ne pas négliger à l'intérieur de produit touristique.

1.2.7. L'image de marque d'un produit touristique

Dans le tourisme une image touristique est définie comme étant : « La somme agrégée de croyances, idées, impressions et attentes qu'un touriste a à propos d'une destination touristique ». ¹La personne qui choisit un voyage à forfait construit cette représentation à partir d'informations obtenues auprès de l'agent de comptoir, de producteurs de voyages, ou encore auprès d'amis. ²

L'image de marque d'un produit touristique est influencée par tous les éléments cités précédemment. Celle-ci peut être aussi affectée par la clientèle du produit. La segmentation du marché et le choix des marchés cibles deviennent alors déterminants dans l'image que l'on souhaite véhiculer.

1.3. Le package touristique

Le produit touristique est une sorte de paquet fait avec des éléments très hétéroclites : soleil, plage, sites culturels, hôtel-restaurant, transports, équipements sportifs. Deux éléments le composent :

- Élément attractif : les ressources naturelles (plage, faune, flore...), socioculturelles (monument, manifestation artistique), technologiques (usine marémotrice, fabrique de liqueur). Ce sont les ressources exploitables.
- Les équipements et les services qui rendent possible le déroulement du séjour et du circuit (les moyens de transport, de restauration, les équipements culturels, sportifs, de loisirs, les services de guidage, etc.

¹Isabelle Frochot, Patrick Legohérel, Le marketing touristique, 4^{ème} édition, Dunod, Paris, 2018, P177.

² Robert Lanquar et Robert Hollier, 1996, Le marketing touristique, que sais-je ?, Presse universitaires de France, P21.

Souvent on réduit le produit touristique à une juxtaposition de consommation de biens et services appartenant à des secteurs différents. Mais le produit touristique a été fabriqué en combinant ces deux éléments en réponse à une demande pour satisfaire un besoin, une motivation touristique précise.

Deux exemples de produits touristiques illustrent cette nécessaire intervention de facteurs humains.

- D'une part, la ville, lieu de séjour, en tant que site touristique, pivot de l'organisation locale du tourisme. Budapest, New York, Rome, comme Carcassonne, Nice, Paris peuvent être vendus comme des produits touristiques.
- D'autre part, le voyage à forfait, exemple même de produit touristique car il est souvent un produit complet (transport, hébergement, visite, excursion, loisir, voyage avec une nuitée) organisé par un voyageur et payé à l'avance. Qu'il s'agisse d'une semaine aux Maldives ou d'un circuit en Chine, ces produits ont été créés pour satisfaire une motivation spécifique.¹

1.4. Les services touristiques

L'amélioration de la qualité est devenue une considération incontournable des industries de service. Le tourisme n'échappe pas à cette règle avec le développement de nombreux labels et certifications. Cependant, malgré ce foisonnement d'initiatives, l'analyse des services reste complexe.

1.4.1. Les spécificités des services touristiques

Le produit touristique est un produit d'une spécificité particulière, et ce pour plusieurs raisons. Chacun de ces critères confère au produit touristique une nature particulière qui affecte dans une large mesure les stratégies et la commercialisation de celui-ci. Cette spécificité se traduit à partir des critères suivants:²

1.4.1.1. Les services sont tangibles et intangibles

La grande spécificité d'un service réside dans son incapacité à être touché, vu, senti et pré-testé comme un consommateur peut le faire avant d'acheter un produit. La qualité d'un repas au restaurant ou d'une chambre d'hôtel ne peut être connue qu'une fois ces services consommés. Devant cette incertitude, les consommateurs cherchent à se rassurer en se fiant à des caractéristiques tangibles (décors, propreté) et des signes de la qualité du service.

¹ Béatrice de La Rochefoucauld. Economie du tourisme, édition, Bréal, 2007, p. 25.

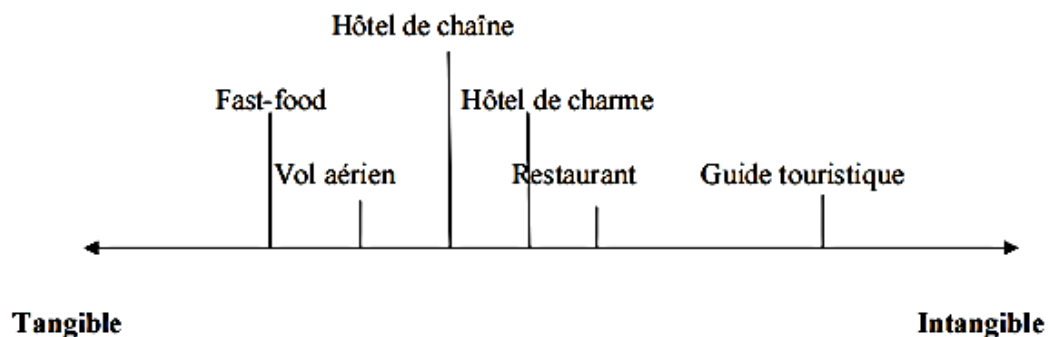
² Isabelle, Frochot. Patrick, Legohérel. Marketing du tourisme, 2e édition, Dunod, Paris, 2010, p.79.

Les produits touristiques sont donc des services. Par définition, ces derniers revêtent un caractère intangible qui rend plus critique la décision d'achat. Les services touristiques ont également la particularité d'être éloignés des domiciles de leurs clients.

De fait, incapables de tester ou d'examiner ces produits avant consommation, les touristes traduisent leur perplexité par une réticence à l'achat. La qualité de la présence des produits touristiques prend donc toute son importance.

Bien qu'intangibles, les services comportent nécessairement une part variable d'éléments tangibles. Cette précision est importante car, plus les services ont une composante tangible forte, plus il est facile de les standardiser et de garantir la qualité du service final. Le continuum des services (figure 1) permet de représenter les proportions tangibles et intangibles de différents services.

Figure n° 1 : Le continuum des biens et services



Source : Isabelle, Frochot. Patrick, legohérel, op. Cite, p 79.

A une extrême, on peut considérer comme particulièrement intangibles les services proposés par un guide touristique. La qualité d'une visite guidée dépendra certes de l'intérêt et de la qualité des pays visités et des paysages, coutumes, sites rencontrés mais aussi en grande partie de la qualité du guide (qualités de communication, connaissances, choix des sites, etc.).

A l'autre extrême du continuum (tangible), on peut placer le service relativement basique d'un vol aérien qui reste avant tout un service fonctionnel ayant pour objectif de transporter les individus d'un endroit à un autre. Les produits aériens peuvent néanmoins comporter des aspects intangibles importants. Par exemple, la qualité du service des stewards, le service en classe affaire ou les salons proposés par les compagnies dans les aéroports concourent à donner aux consommateurs des avantages intangibles recherchés.

Les restaurants de type fast-food comportent davantage d'éléments tangibles en raison de la standardisation de leurs services et de leurs produits. Inversement, on peut considérer

qu'un restaurant où l'expérience de l'acte de consommation dépendra davantage de la qualité de services, des décors, de l'ambiance et de l'originalité des plats proposés aura une dimension intangible plus importante.

Les hôtels suivent cette même logique. Par définition ils se situent plutôt du côté tangible car leurs services reposent principalement sur une prestation fonctionnelle. Néanmoins, certains hôtels seront davantage consommés pour leurs caractéristiques intangibles (décor, qualité du service, ambiance, vue, etc.) et, dans ce cas, ces caractéristiques seront au moins aussi importantes que les aspects tangibles.¹

1.4.1.2. La multiplicité des composantes

La plupart des produits touristiques sont caractérisés par une multiplicité d'éléments majeurs qui les composent tels les infrastructures, l'hébergement les divers services ...etc.

Cette multiplicité de composantes du produit touristique est parfois un obstacle à sa cohérence et à son intégrité.

1.4.1.3. La multiplicité des intervenants

Un autre aspect relativement fréquent qui caractérise le produit touristique s'avère être la multiplicité des intervenants. En effet la plupart des produits touristiques ne se trouvent pas intégrés ni horizontalement ni verticalement, dans une organisation unique mais, sont plutôt le résultat d'une entente souvent non formalisée, ou, du moins très peu. Entre une multitude d'intervenants, les intérêts sont parfois divergents sinon carrément conflictuels.

1.4.1.4. L'environnement géographique :

Éléments majeurs, la géographie constitue aussi une contrainte déterminante. En effet l'environnement géographique est difficilement modifiable donc le produit touristique peut rarement se déplacer vers le marché ; ce sont les marchés qui doivent aller vers lui.

1.4.1.5. La multiplicité des types de produit :

L'expression « produit touristique » a un sens très large. En effet, elle recouvre une réalité qui va du simple hôtel ou restaurants à un pays ou à un continent, d'une simple forêt à un parc d'attraction thématique, d'un voyage à forfait à un événement particulier.

1.4.1.6. Les caractéristiques d'un service :²

Le produit touristique est en réalité un service, la raison en est que l'élément constitutif du produit touristique n'est pas consommable, c'est-à-dire que sa jouissance n'entraîne pas sa destruction par exemple : la mer, la montagne, plage, le soleil, le monument, musée...etc. et de

¹Isabelle, Frochot. Patrick, legohérel, op. Cite, pp. 80,81.

²Gérard, Toquer. Michel, Zins. Marketing du tourisme, édition GNE, 1999, p.154.

nombreux éléments de support sont également des services en eux-mêmes (l'hébergement, la restauration, les transports, les loisirs, les cours, etc. Le produit touristique a des caractéristiques de service et entraîne des conséquences que nous jugeons utile de rappeler :

La participation du tourisme est indispensable à la réalisation du service le tourisme requiert le touriste pour exister (excursion, festival, danse, activités diverses, restaurant) ;

Le produit touristique ne peut être stocké. En effet, une chambre d'hôtel, un siège d'avion non vendu ne peuvent être stockés ;

L'inélasticité partielle de l'offre par rapport à la demande faite qu'on ne peut pas augmenter l'offre d'un produit touristique à court terme sans le dénaturer.

1.4.1.7. Les caractéristiques d'ordre public et d'ordre social

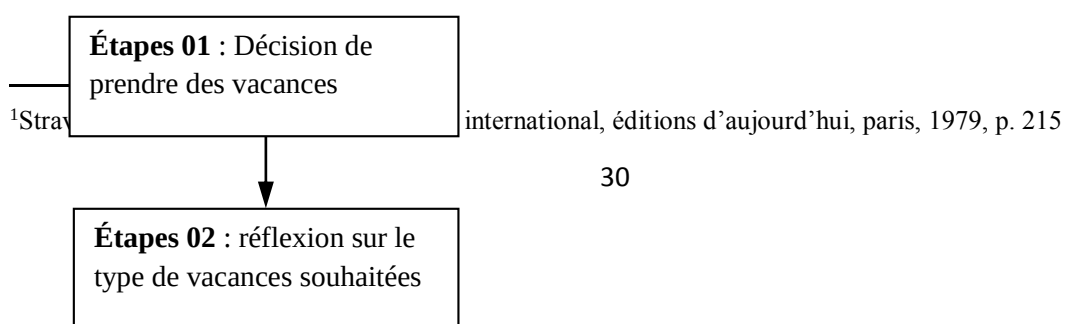
Un produit touristique global dépend d'éléments qui relèvent du domaine public. Par conséquent, cet état de fait impose au produit touristique un certain nombre de contraintes particulières qui varient d'un pays à l'autre, mais plus que tout autre produit touristique, est assujéti à des réglementations précises (lois sur les alcools, les heures d'ouverture, l'urbanisme, l'environnement, la sécurité publique ...etc.). Ainsi, le produit touristique est soumis à une surveillance et une intervention particulière des pouvoirs publics dans la mesure où il fait appel en partie, à des subsides de l'Etat (infrastructure routière, aéroport, etc.).

Cependant, la réussite du produit touristique repose fréquemment sur de bons rapports entre l'entreprise touristique et le secteur public. Ainsi, l'importance du tourisme dans le domaine de l'écologie d'une région favorise auprès des pouvoirs publics une tendance interventionniste. Ces interventions rendent difficiles toutes modifications du produit touristique.

1.5. Les mécanismes de prise de décision pour un produit touristique

La reconnaissance d'un besoin est à l'origine du processus de choix de consommation. Ce processus comprend une recherche d'information qui aboutira sur l'identification d'un ensemble de produit capable de satisfaire les besoins du consommateur.¹

Figure n° 02 : La chronologie des étapes de décision



Source Adapté de Woodside et king, 2001.

Les individus ne connaissent qu'une partie de l'ensemble total des options disponible sur le marché et ne retiennent que celle qu'ils connaissent et qui sont réalisable en fonction de leur temps et de leur budget.

Puis les destinations retenues sont évaluées sur une série d'attributs en nombre limité (généralement de trois à quatre). Certaines décisions touristiques, comme l'organisation d'un voyage en indépendant, se composent d'une multitude de sous-décisions (choix du transport, logement, dates, durée, activités, budget, etc.) dont l'ensemble est particulièrement complexe. D'un autre côté, les voyages à forfait, le séjour dans un hôtel club ou les croisières sont des produits vendus dans leur entité. Dans ces situations, la décision comportera moins d'éléments et se limitera à un choix par type de produit, une destination ou une marque.

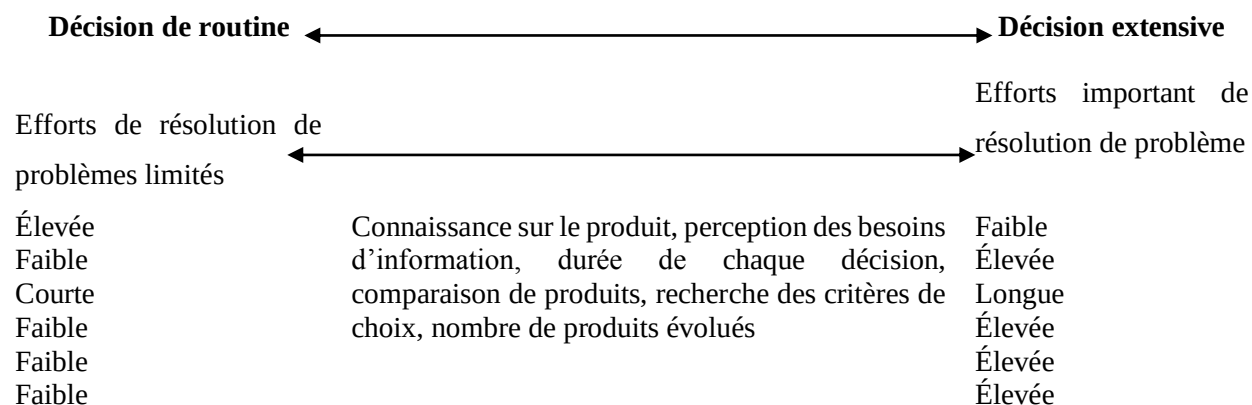
La disponibilité de produits et de destinations peut répondre aux deux premières étapes du choix touristique. La finalisation du choix d'une destination s'effectue essentiellement lors des troisièmes et

quatrième étapes. Les choix s'effectuent sur un ensemble dit « *ensemble de considération* ». Cet ensemble regroupe les destinations capables de satisfaire les besoins de consommateur.¹

1.5.1. Le processus de décision

La nature des décisions varie le long d'un continuum avec d'un côté des décisions que l'on qualifie de routinières et de l'autre côté des décisions qui impliquent des processus de décisions extensifs. On a longtemps estimé que les prises de décision touristiques, en raison de leurs implications financières et personnelles, répondaient inévitablement à des processus extensifs mais la réalité montre qu'elles peuvent également relever de processus moins longs.

Figure n° 03 : Le continuum de la prise de décision



Source : Mayo et Jarvis, 1981, Peter et Olson 1987.

1.5.2. Décision relevant d'un processus extensif

Ce type de décision correspond à des produits dont les consommateurs estiment qu'ils comportent un risque certain. Ils représentent souvent un investissement financier et temporel important, en d'autres termes des produits pour lesquels l'implication est forte.

Ils induisent une recherche d'information (notamment de sources externes) relativement développée et une comparaison extensive des alternatives proposées sur le marché. La recherche d'information peut constituer une première étape au voyage et certains touristes y trouvent une réelle source de plaisir. On rencontre ce mode de décision pour des destinations qui sont peu connues du touriste et qui peuvent comporter des éléments de risque. La distance physique et culturelle ainsi que la perception du caractère exotique d'une destination ajouteront des éléments d'incertitude qui conduiront à un processus de choix extensif. Il en va de même, pour des voyages en indépendant qui nécessitent une organisation assez complexe. Le processus extensif est le seul où les personnes entreprennent une recherche d'information complémentaire peu de temps avant le départ, en utilisant des sources spécifiques telles que les brochures et les guides touristiques.

¹ Isabelle, Patrick legohérel. Marketing du tourisme, op. cite, pp. 63, 64

Ce désir d'information continuera pendant le voyage avec une collecte plus importante d'informations sur place. ¹

1.5.3. Processus de décision limité

Il caractérise des situations où le touriste estime que le produit représente peu de risques ou lors d'un achat répété (par exemple s'il a déjà séjourné dans un hôtel ou une destination). Il est également caractéristique des décisions concernant certaines formules de vacances (par exemple partir en hôtel club dans une destination A ou B comportera peu de différence surtout si on achète ce produit auprès du même voyageur). Il en va de même pour des produits de courte durée : les courts séjours et les séjours de proximité. Une décision limitée peut s'appliquer lorsque le consommateur connaît déjà le produit mais qu'une partie reste inconnue : par exemple un touriste qui se rend dans une région différente d'un même pays ou qui se rend au même endroit mais en pratiquant une activité différente. Lors d'une décision limitée, le touriste utilise moins de sources externes d'information et évalue un nombre plus limité de produits que dans le processus extensif. On estime que ce processus répond à un mode de décision avec un nombre de critères limités et une recherche d'information également limitée mais néanmoins présente.

1.5.4. Processus de décision routinier

Les décisions sont prises rapidement et avec un effort mental limité. Elles concernent en général un achat répété, d'un produit déjà connu ou d'un produit relativement simple.

L'achat est effectué à partir d'une expérience passée satisfaisante et d'une bonne

Connaissance du produit de la destination de la marque. L'achat routinier est caractérisé par une recherche d'information faible, voire inexistence, et une comparaison entre produits limités (le produit concerné comporte peu ou pas de risques). La planification de la décision peut prendre de huit mois à une semaine avant le départ en vacances mais, si les personnes se rendent dans la même destination chaque année, la réservation peut s'effectuer à la fin des vacances de l'année précédente.

On considère que des visites à des parents et amis, un week-end dans une destination totalement familière, des vacances prisent chaque année au même endroit ou des vacances en résidence secondaire font partie de cette catégorie. ²

On considère que des visites à des parents et amis, un week-end dans une destination totalement familière, des vacances prisent chaque année au même endroit ou des vacances en résidence secondaire font partie de cette catégorie.

1.5.5. Processus impulsif

¹Isabelle, Patrick LEGOHEREL. Marketing du tourisme, op. Cite, p. 66.

²Ibid. pp. 67, 68, 69.

L'achat impulsif est caractérisé par son caractère soudain et non planifié et ceci s'applique peu au phénomène du voyage. En effet, lorsqu'un acheteur consulte un site de voyage dégriffé ou même se présente à un aéroport prêt à partir sur un voyage soldé immédiatement, la décision de voyage aura en partie déjà été prise. Certaines destinations ou certaines caractéristiques de destination (balnéaires par exemple) auront déjà été présélectionnées par les individus, consciemment ou inconsciemment.

Le processus de décision, que nous venons de détailler varie d'un consommateur à un autre : les caractéristiques socio-économiques et culturelles des touristes influencent la manière dont ils choisissent et consomment les produits touristiques. Cette section présente l'influence de certaines variables sur la consommation touristique.

Section 2 : La conception d'un produit touristique

Le développement du tourisme reste le sujet de tous les pays développés où toutes les capacités comme l'hébergement, le transport et tous les types d'équipements connaissent une expansion, là où la demande de la clientèle connaît quant à elle aussi une grande croissance et une diversification accrue.

2.1. La simultanéité de la production et de la consommation

Le consommateur étant présent lors de la production du service, la marge d'erreur est très limitée pour le prestataire.

Le service doit être délivré à temps, tout délai pouvant nuire à l'organisation d'un voyage, surtout s'il s'agit d'un circuit. Les touristes sont également en présence d'autres clients, avec tous les problèmes de nuisances sonores et d'incompatibilités que cette proximité peut induire. Ceci concerne également les interférences culturelles ; les hôtes clubs par exemple évitent de mélanger trop de nationalités sur un même site. La présence du consommateur implique également que la production du service comporte des moments d'attente souvent mal vécus. Les entreprises de services s'attachent dès lors à limiter le temps d'attente avec des systèmes de gestion des files d'attentes (par exemple, la distribution de tickets avec les horaires de passage pour des attractions dans les parcs à thèmes).¹

2.2. Les prestataires touristiques

Les prestataires sont nombreux sur le marché du tourisme. Si on s'en tient à la conception d'un produit touristique classique, on peut retenir les principaux : ²

- Les transporteurs ;
- Les hébergements et restaurateurs ;
- Les sites touristiques à visiter.

2.2.1. Les transporteurs

¹Isabelle, Patrick legohérel. Marketing du tourisme, op. Cite. p. 81.

²Annie, Dubois. Economie du tourisme, op.cit, pp. 17, 18, 19

Les transports constituent à la fois un domaine de grande stabilité dans les déplacements, et un des facteurs clés du changement avec l'arrivée des compagnies à coût réduits (low-cost) la complémentarité entre les transporteurs aériens, loueurs de voitures, SNCF, transporteurs maritimes et fluviales, les autocaristes, etc.

2.2.2. Les différents modes d'hébergement et de restauration

Plusieurs choix d'hébergement s'offrent aux touristes, à savoir :

2.2.2.1. L'hôtellerie

L'existence des chaînes hôtelières permet en général de mener une politique commerciale commune et ainsi de proposer une tarification moins élevée.

A côté des catégories hôtelières traditionnelles, on trouve d'autres types d'hébergement : les campings, les locations de meublés, les résidences de tourisme, les maisons familiales, les gîtes ruraux et les chambres d'hôtes.

Le monde du tourisme est en perpétuelle effervescence. Compte tenu des offres diversifiées, il faut être compétitif et cette compétitivité passe par l'amélioration de l'offre et de la qualité (compétitivité prix et hors prix)

2.2.2.2. La restauration

La restauration vient en complément de l'hébergement. En effet, selon le type d'hébergement retenu le client aura le choix d'être en logement seul, en demi-pension ou en pension complète.

2.2.2.3. Les sites touristiques à visiter

Les sites touristiques constituent les éléments incontournables dans la conception de produits touristiques. En effet, posséder des hôtels, des restaurants sans sites touristiques ne sert à rien. Si une région, une ville veut se développer au niveau touristique, elle doit chercher à mettre en valeur les ressources touristiques, que ces dernières correspondent à un tourisme vert, blanc, culturel, religieux, médical, esthétique, d'affaires.

2.3. Les producteurs et vendeurs de voyages

2.3.1. Les Tour-opérateurs

Le tour-opérateur ou voyageur a la charge d'élaborer un voyage à forfait qui peut intégrer l'ensemble des prestations allant de l'aérien aux visites.

Les tours opérateurs sont nombreux et très diversifiés. Ainsi, on trouve des généralistes, des spécialistes. Ces tours opérateurs proposent des circuits individuels ou des séjours ou des forfaits groupés. D'autres tour-opérateurs se spécialisent dans un type de transport.

2.3.2. Les agences de voyages

L'agence de voyages est une société commerciale dirigée par une personne physique ou morale qui propose à la clientèle des prestations touristiques relatives : soit des voyages ou séjours individuels ou collectifs donnant lieu ou non à un forfait touristique (incluant une nuitée), soit des services tels que

la délivrance de titres de transport, de réservations d'hébergement ou liés à l'accueil touristique, ou à des congrès ou manifestation (visites guidées, billetterie, etc.).¹

2.4. Le voyage à forfait

« Le forfait consiste en au moins deux composantes vendues à un seul prix. Une attraction touristique, l'hébergement, la restauration, la prestation de visites guidées, un événement spécial ou encore une activité particulière tels le ski, le magasinage ».²

On doit mentionner en détail, dans la publicité, tous les éléments du forfait pour lutter contre les obstacles psychologiques (les risques d'achat).

Le forfait peut être conçu par :

- Le producteur lui-même ;
- Le grossiste (Tour-opérateur) ;
- Le Transporteur.

Pour ce qui est du calcul du prix d'un forfait est un montage délicat, il se fait à travers cinq étapes³

- Calcul des frais variable par personne (F V P) ;
- Calcul des frais par personne (FP) ;
- Calcul du coût total du forfait par personne (CT)

En ajoutant une marge bénéficiaire comprenant les commissions et bénéfices **(CB)**

Le prix du forfait par personne (P F P) se calculera ainsi :

$$P F P = F V P + F P + F G T + C B.$$

Le prix de vente être ajusté selon les différents segments des clientèles (jeunes, familles, retraité, etc.). Ce prix peut aussi varier selon chaque produit, selon les périodes de l'année (haute et basse saison) et d'après la situation générale du marché.

Le prix exigé pour le forfait va aussi dépendre des différents intervenants

- Pour les agents de voyages, il s'agit « d'un prix net de base » qui correspond au prix de détail moins 10 à 15% ;
- Pour un grossiste (Tour opérateur), ou définit « un prix net intermédiaire » qui est le prix de détail moins 35% ;

Isabelle, Patrick legohérel. Marketing du tourisme, op. Cite. pp. 20, 21, 22

²C, Ciotola. R, Paquet. Guide des forfaits, ministère du tourisme du Québec, ministère des approvisionnements et services du canada, Québec, 1989, pp. 12, 24.

³Programme de marketing pour l'industrie touristique canadienne, Maclean Hunter litée et tourisme Canada, Ottawa, 1986, p.138, 139.

- Enfin, « un prix net préférentiel » le plus faible possible pour pouvoir traiter avec un ou plusieurs acheteurs potentiels.

2.5. Le circuit touristique

Parler de produit touristique, il faut évoquer le circuit touristique qui est un élément important pour sa conception.

2.5.1. Définition d'un circuit touristique

Un circuit touristique est un parcours, généralement circulaire qu'un touriste entreprend pour fréquenter des attractions formant un ensemble. En fait, un circuit est une production culturelle, résultant d'un assemblage séquentiel d'un ensemble de produits culturels divers variés.¹

« Une route ou un circuit touristique se définit comme un trajet à suivre pour atteindre une destination en passant par des sites touristiques ouverts aux visiteurs le long d'un chemin pittoresque, où des services sont disponibles. Il peut être appelé « circuit » si le trajet est en boucle, c'est-à-dire si le départ et l'arrivée se font au même point. Il est appelé « route » si les points de départ et d'arrivée sont différents. ».²

2.5.2. Le montage d'un circuit touristique

La conception d'un circuit est un montage séquentiel d'un ensemble de produits et services touristique (attractions, activités, transport, restauration, hébergement, service d'accueil et d'information), formant une expérience touristique.

2.5.3. Structure du circuit

La création de circuits touristiques est l'un des mécanismes opérationnels permettant de développer l'attractivité touristique des médinas en proposant la découverte par les visiteurs nationaux et internationaux des richesses patrimoniales, et il faut :

- Tenir compte des besoins du client ;
- Assurer un crescendo du début à la fin ;
- Prévoir un début fort pour capter l'intérêt dès le départ, insérer des répit ou pauses pour récupérer et terminer très fort pour imprégner définitivement ;
- Recourir à une variété de moyens pour parvenir à construire aussi les expériences touristiques ; voir, visiter, assister à..., participer... ;
- Ne pas construire exclusivement à partir des services nécessaires à assurer ; lieu pour manger, pour dormir, kilométrage, exigences des prestataires de ces services, etc. ;

¹) D. J. Jeffries. Defining the tourist Product and its importance in tourism marketing, édition, BACHT, 1999, p.112.

² Le guide de procédure pour un circuit ou une route, agrotourisme au Québec, 2003, p5.

- Choisir entre un forfait économique et de luxe selon le client ;
- Tenir les clients bien informés (ce qui inclus ou pas, tenue vestimentaire, le climat, etc. ;
- Politiques administratives.

2.5.4. Les étapes de montage de circuit

Elaborer un produit touristique (circuits, séjours, ...) coordonne les différentes étapes de réalisation du montage du produit jusqu'à sa mise sur le marché selon les règles de sécurité des biens et des personnes.

- * Avoir au préalable un inventaire exhaustif des éléments pouvant être exploites sur un circuit dans le territoire de celui-ci.
 - Inventaire des attractions par agence ou par catégorie ;
 - Inventaire des attractions, par niveau ou qualité selon le domaine (hébergement, restauration, etc.) ;
 - Inventaire des événements, des activités auxquels les touristes pourraient participer ;
 - Inventaires durant le temps du circuit (y compris des lieux de pauses).
- * Avoir au préalable un plan de localisation de tous les éléments rassemblés par l'inventaire. Coder les attractions, événements, activités, par genre et par force d'attractivité.
- * Planifier les journées, en distribuant bien les prestations, en offrant des options aux clients et en agençant bien, c'est-à-dire aménager méthodiquement en vue d'un usage fait par le client et le guide.
- * Rédiger en utilisant les bons termes et la méthode de prestation.
- * Faire divers essais de montage de ces éléments hiérarchisés en les évaluant, chaque fois. Trouver ainsi les meilleurs compromis possibles compte tenu de l'état de l'inventaire.
- * Travailler à améliorer le circuit choisi en :
 - Favorisant des attractions meilleures.
 - Aidant la création de nouveaux produits et services.
 - Encourageant l'accroissement de la variété des éléments.¹

¹Le guide de procédure pour un circuit ou une route, agrotourisme au Québec, 2003. pp. 113, 114

Conclusion de chapitre

La compréhension de l'expérience client, l'identification des rôles respectifs des divers éléments qui constituent le service font l'objet de nombreuses recherches qui évolueront encore rapidement dans les années à venir. Il reste néanmoins des aspects qui mériteraient d'avantage d'attention. Par exemple, le contexte expérientiel de la consommation touristique est encore trop peu abordé dans la compréhension de la satisfaction.

Les approches de qualité de service sont utiles et nécessaires, mais appréhendent-elles totalement une expérience de consommation touristique complexe ? Dans le cadre d'une consommation touristique, non fonctionnelle par définition, l'importance des émotions recherchées et vécues reste encore incomprise.

De même, si l'importance des motivations des touristes a été reconnue dans le processus de choix, cette variable est paradoxalement absente des analyses de satisfaction alors qu'elle influence nécessairement les attentes des clients.

Chapitre III : Le tourisme culturel à Tizi-Ouzou : Cas de village Ath El Kaid

Introduction

La wilaya de Tizi-Ouzou (en kabyle : Tanebⵔit n TiziWezzu, en tifinagh:ⵜⴰⵎⴰⵏⴰⵏⴰⵢⵜ ⵏ ⵜⴰⵣⵉⵣⴰⵢⵜ ⵏ ⵜⴰⵎⴰⵏⴰⵢⵜ, est une wilayaalgérienne située dans la région de la Kabylie en plein cœur du massif du Djurdjura. Elle est divisée administrativement en 67 communes et 21 daïras³.

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

Section 01 : La monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou

Située au nord du vieux continent l'Afrique, Tizi-Ouzou, la capitale de la Kabylie du Djurdjura est l'une des plus attractives régions algériennes et la profondeur de son histoire converge avec celle de l'humanité. Elle a connu depuis la nuit de temps une succession quasi-ininterrompue de cultures et de civilisations à contexte universel.

La wilaya de Tizi-Ouzou s'étend sur 2 992,96 km². La population résidente telle qu'évaluée lors du recensement de 2008 est de 1 127 607 habitants⁴. La densité atteint 381,21 habitants au km².¹

De sa situation géographique et ses potentialités économiques, culturelles et naturelles, Tizi-Ouzou est considérée comme l'une des plus estimée du pays.

1.1. Historique

De la période phénicienne à l'avènement de l'islam, soit environ de 800 av. J.-C. à 647 apr. J.-C., des traces et des vestiges précis attestent de l'existence de contacts entre les populations berbères locales et d'autres populations du bassin méditerranéen. Les Phéniciens se sont peu à peu implantés sur la côte kabyle : Dellys, Azeffoun, Tigzirt (Iomnium) et peu de temps à Makouda.

Les échanges commerciaux avec les populations locales semblent avoir été importants, et les techniques de décoration puniques auraient inspiré le travail des objets et ustensiles domestiques. Ainsi les caractères de certaines poteries kabyles partagent de nombreuses

¹<https://www.dcwztiziouzou.dz/fr/index>, consulté le 11/06/2023 à 12 :14.

similitudes avec les motifs de décoration des céramiques puniques. Diverses pratiques puniques (comme les rites funéraires) auraient influencé les traditions locales.

Les Romains, au-delà des comptoirs puniques cités plus haut, se sont aventurés vers l'intérieur de la région. Des vestiges ont été localisés à Taourga, Djemâa Saharidj (Bida Municipium) et chez les Aït Fraoussen.

Le terme « Iflissen » serait le seul nom de tribu de cette époque que l'histoire ait pu nous faire parvenir.

Cette période de l'histoire laisse perplexe bon nombre d'historiens quant aux traces exploitables. Beaucoup d'informations sont à prendre au conditionnel.

Les périodes vandales (439-533) et byzantines (533-647) ont peu marqué la région. Ces « passants » ne laisseront « rien ou presque »

1.1.1. Période de la conquête arabe de l'Afrique du nord

La conquête Arabe de l'Afrique du Nord et la nouvelle donnée religieuse qu'elle véhicule ouvrent une ère dont les impacts sont non seulement tangibles mais autrement profonds. Les premières incursions militaires arabes en Afrique du Nord orientale datent de 647. La ville de Kairouan, en Tunisie, fut fondée en 670. Malgré des résistances parfois très vives, l'islamisation des populations berbères progresse rapidement. Globalement deux modes caractérisent la pénétration puis l'enracinement de l'islam en Afrique du Nord.

Un mode non violent où il convient de parler d'adhésion des populations médiatisées par des religieux que la littérature ethno-historique désigne sous le vocable de « Marabout ».

Une pénétration beaucoup plus violente à l'instar de ce qui s'est passé dans la région des Aurès (célèbre résistance menée par Kahena/Cohen, la reine guerrière berbère).

Le cas de la Grande Kabylie illustre la première modalité de diffusion de l'islam. Le mouvement maraboutique a toujours été très influent dans la région.

L'historiographie de la région peut se prévaloir des travaux très précieux du penseur maghrébin Ibn Khaldoun. Son ouvrage, *Kitab al-Ibar*, est un outil très important pour comprendre cette période de l'histoire. Il établit une première nomenclature des tribus de la région. Celles-ci seraient au nombre de quatorze. Toutefois, il semblerait que l'auteur ait ignoré les tribus de la Kabylie maritime (Iflissen, Ouaguenoun, Zekfaoua). Selon Ibn Kheldoun, les

tribus recensées résistent à l'autorité des Hafside et refusent de payer l'impôt. Néanmoins, elles reconnaissent l'autorité du sultan hafside. Cette résistance est facilitée par la configuration géographique du territoire de ces tribus. Elles habitent des régions très montagneuses, et tellement boisées qu'un voyageur ne saurait y trouver son chemin. Il est difficile d'apprécier la densité de la population pour cette époque.

Les contacts avec les Hafside de Bejaia, souvent d'ordre conflictuel (notamment pour la période du 10^e siècle), ont cependant débouché sur une alliance avec les Ketama qui a contribué de façon décisive à l'avènement de la dynastie chiite des Fatimides. Toutefois, sur le plan religieux, le chiisme ne s'est jamais implanté dans la région.

Au 16^e siècle dans la réalité religieuse kabyle, on remarque une adhésion massive au rite malékite qui fait partie du courant majoritaire de l'islam, le Sunnisme. Le mouvement maraboutique pour sa part a connu une expansion certaine dès le début du 16^e siècle. Les grands réseaux d'enseignement coranique se mettent en place durant cette période. À la fin du 18^e siècle, une puissante confrérie maraboutique (La Rahmania) va s'implanter dans le sud-ouest de la Grande Kabylie.

1.1.2. Période ottomane

C'est dans une conjoncture caractérisée par une certaine anarchie politique que se situe l'intervention Ottomane en Algérie. L'Afrique du Nord est l'objet de nombreuses convoitises de la part des puissances européennes. Face aux menaces espagnoles et aux dangers de la Reconquista, aucune autorité maghrébine n'est en mesure de faire face militairement. L'intervention Ottomane supplée donc à cette carence.

Le mode d'organisation des turcs laisse une certaine marge de manœuvre aux autorités locales. Le contrôle territorial direct est limité aux grands centres urbains.

En Grande Kabylie, le contrôle des tribus est partiel et fluctuant. L'organisation administrative et politique de la région consiste en une présence militaire ottomane tout à fait réduite. Les forces turques étaient stationnées en permanence à Bouira, Boghni et Tizi-Ouzou. Lorsque les turcs désiraient exercer une pression, ils recouraient à l'argument stratégique du blocus par l'interdiction de circuler et de pénétrer sur les marchés des plaines.

Le contour administratif est globalement le suivant :

- La Caïdat de Boghni : tutelle de 03 tribus ;

- La Caïdat du Sebaou : Bordj-Sébaou et Bordj de Tizi-Ouzou, tutelle de 14 tribus.

Il s'avère qu'un gouvernement organisé a pu exister dans la région de la Haute-Kabylie (At Yahia). Il s'agit du Royaume de Koukou. Ce dernier est contemporain de l'implantation ottomane.

Ce royaume est issu de la dynastie des Ait-El-Kadi. Le premier des Aït-El-Kadi se prénommaït Ahmed. C'était un ancien clerc dans la province de Annaba (durant la période hafside). Son ancêtre serait originaire de la tribu des Ait-Rorbi. Le royaume de Koukou dont l'emprise s'étendait sur la Grande Kabylie montagneuse amorce un déclin vers 1550, après un sanglant affrontement contre la qalaâ des Béni Abbès.

1.1.3. Période de l'occupation français

Ce n'est qu'au bout de 27 ans de lutte armée que l'armée française, à la suite de la bataille d'Icheriden, réussit à occuper totalement la région de la Grande Kabylie. Le bloc montagneux, jusque-là insoumis, a été pris dans l'étau d'un blocus du fait de l'occupation de points de communication stratégiques. En effet, l'occupation de Dellys, Drâa-El-Mizan et de Tizi-Ouzou s'était faite quelques années auparavant, c'est-à-dire entre 1844 et 1850.

Entre 1851, date de la nomination du général Randon en ses qualités de chef suprême de toutes les armées en Algérie de gouverneur général de cette colonie française et 1856, plusieurs tentatives de conquête de la Haute Kabylie, souvent menées par le Maréchal Randon en personne, se sont heurtées à une vigoureuse résistance menée par les Kabyles. Les résistants avaient comme meneurs Mohamed Al Amdjed Ben Abdemalek et son inspiratrice Lalla Fatma N'Soumer. Mohamed Al Amdjed Ben Abdelmalek dit « Broubela » (l'homme à la mule) mourut lors d'un guet-apens qui lui fut tendu par un caïd de la localité Béni-Mlikech (At Mlikec) et ses goums qui était à la solde de l'ennemi.

Une opération de grande envergure minutieusement préparée allait avoir lieu au printemps de 1857. Randon et son état-major avait tout prévu. Soutenu par l'empereur Napoléon III et son ministre de la défense, ayant les effectifs demandés avec la fin de la guerre de Crimée, ayant cerné la région à investir, l'exécution des opérations militaires commença à partir du 24 mai 1857. Les troupes françaises entreprirent l'assaut final sur la région. L'entame se fait sur les At-Iraten. Ce n'est qu'après 45 jours entre combats et trêve, que cette forteresse kabyle de l'indépendance millénaire fut prise. Durant cette période qui s'est étalée jusqu'au 11 juillet, date de la capture de LallaFadhma n Soumeur qui défendait l'ultime territoire insoumis

accroché au Djurdjura, furent réalisés la route carrossable dite la route impériale, le fort colonial à qui on a destiné le nom de Fort-Napoléon en l'honneur de l'empereur des Français parallèlement à la destruction des vergers et des villages pour amener la population à accepter les conditions unilatérales de soumission.

S'ouvre alors une période qui ira jusqu'en 1871, durant laquelle l'occupant est régulièrement harcelé par des levées d'armes. L'instabilité atteindra son paroxysme avec la Grande insurrection de 1871, la « révolte des Mokrani »: en mars 1871, le cheikh El Mokrani, grand propriétaire foncier, se soulève et parvient à entraîner avec lui la Rahmaniyya; en dépit de sa mort le 5 mai, puis de la soumission de la confrérie le 30 juin, la rébellion n'est entièrement vaincue qu'en janvier 1872; Cette rébellion était surtout le fait de régions kabyles extérieures au territoire de l'actuelle wilaya de Tizi-Ouzou. (Ath Abbas, Seddouk...) La répression se solde par une énorme amende de guerre et la confiscation de 446 000 hectares, de nombreuses arrestations et des déportations en Nouvelle-Calédonie (c'est l'origine des « Kabyles du Pacifique »). La colonisation se traduit aussi par une accélération de l'émigration vers d'autres régions du pays et vers l'étranger.

Deux types de politiques seront mises en place par l'occupant français. La première dite de commandements indigènes sera vite remise en cause parce que sans emprise réelle. L'administration française opte alors pour une politique de semi-contrôle puis d'assimilation totale après 1871.

L'organisation municipale est la « Voie royale » du point de vue colonial pour assimiler les populations mais surtout par le jeu des communes de plein exercice, donner la pleine mesure à la présence de populations coloniales par la création de centres de colonisation. L'impact de cette organisation sur l'organisation des tribus paraissait tout à fait formel. Le démantèlement de l'organisation tribale fractionnée en Douars a déstructuré l'ancienne organisation. La Djemâa, détentrice du pouvoir politique au niveau villageois, voit ses attributions complètement changées.

En 1871, quand éclate la Grande insurrection, les populations de la région, sensibles aux soulèvements militaires en cours, notamment ceux des Ouled Sidi Cheikh dans le Sud-Ouest Algérien, prennent le parti d'entrer en guerre.

La raison majeure de cet embrasement réside dans la menace directe non seulement d'une assimilation politique et administrative, mais surtout d'une atteinte directe au statut des

personnes (les naturalisations d'office). Cette insurrection met en évidence un profond refus de l'occupation française et des capacités de mobilisation militaire insoupçonnées dans la situation de l'époque.

Militairement, la région de Tizi-Ouzou ne connaîtra aucun soulèvement de cette ampleur avant le début de la Révolution algérienne (1954 - 1962). Toutefois la résistance culturelle a pris des formes diverses. Par exemple, une forte opposition à la scolarisation des garçons et des filles jusqu'au début des années 1930. On peut également citer l'apprentissage clandestin de la langue arabe, concomitamment à l'apprentissage du Coran.

Par la suite, il y eut l'apparition et la diffusion d'un nationalisme algérien moderne. Les premières manifestations de ce nationalisme se sont faites parmi les émigrés algériens en France (constitution de l'Étoile Nord-Africaine, syndicat de travailleurs maghrébins). Après les syndicats, ce fut au tour des partis politiques (Parti du Peuple Algérien, M.T.L.D....) de devenir les principaux porte-voix d'une population opprimée. Ils connurent un succès considérable notamment après les événements tragiques du 8 mai 1945. Des embryons de maquis se sont constitués dès 1946 dans les régions des Ouadhias et de Draâ El Mizan.

Au déclenchement de la révolution de novembre 1954, la région de Tizi-Ouzou, de par sa sensibilité nationaliste aiguisée et aussi de par sa configuration géographique, se retrouve militairement au centre des événements qui mettront fin à 132 ans de colonisation.

La région militaire III ou Wilaya 3 (Kabylie) du FLN (Front de Libération National) dont faisait partie l'actuelle Wilaya de Tizi-Ouzou s'opposera efficacement à l'armée française. Les maquisards (KrimBelkacem) étaient présents dès 1945. La Wilaya de Tizi-Ouzou a offert le plus grand nombre de Cadres et de Moudjahid à la lutte d'indépendance et détenait le plus grand nombre d'armes nécessaires à la guerre. Les opérations militaires françaises étaient d'autant plus dures qu'il fallait couper les villages des maquis. Les zones interdites se sont étendues à une grande partie de la zone montagneuse.

De 1954 à 1962, la région va aussi connaître une accentuation des difficultés économiques. Le parti tiré des maigres ressources locales sera gravement compromis. Les flux humains sous forme de migrations forcées vers Alger ou de travail sous forme d'émigration vers la France s'intensifient. La guerre a joué un rôle de facteur aggravant puisque l'essentiel de l'économie traditionnelle a été largement détruit.

1.2.Les données Géographies

La wilaya de Tizi-Ouzou est située au Nord de l'Algérie, dans la région de la Kabylie, elle est délimitée :

- À l'ouest par la wilaya de Boumerdès ;
- Au sud par la wilaya de Bouira ;
- À l'est par la wilaya de Béjaïa ;
- Au nord par la mer Méditerranée.

- **Climat hydrographie**

Lors de la dernière décennie, la pluviométrie annuelle moyenne de la wilaya de Tizi-Ouzou a varié entre 500 et 800 mm. Les étés sont très chauds, les hivers sont doux et pluvieux, l'ensoleillement est très élevé.

Le réseau hydrographique renferme deux grands bassins versants à savoir le bassin de Sebaou et le bassin côtier.

1.3.Le relief de la wilaya de Tizi-Ouzou

Région côtière avec une façade maritime de 70 km la wilaya de Tizi-Ouzou est limitée au sud par la wilaya de Bouira, à l'est Bejaïa, et à l'ouest par Boumerdes, le chef-lieu est à 100km de la capitale et à 80km de l'aéroport international Houari Boumediene.

Elle s'étend sur une superficie de 2957,93 km², soit 0.132% du territoire national dont 80% en relief montagneux à une altitude moyenne de 800m.

La wilaya de Tizi-Ouzou présente trois (03) zones de relief :

1.3.1. La chaîne côtière

Elle comprend en gros le territoire situé de la rive droite de Sebaou jusqu'à la mer, soit la totalité des communes relevant des dairates de Tigzirt, Makouda, Ouaguenoun, Azeffoun, et Azazga, ainsi que la commune de Sidi Nâamane rattachée à la daïra de Drâa-Ben-Khedda (21 communes au total).

Figure n°04 : La Chaîne côtière



Source: www.dircultureto.dz

1.3.2. Le massif central

Délimité à l'ouest et situé entre l'oued Sebaou et la dépression de Drâa El-Mizan, Ouadhias. Il a des limites moins nettes à l'Est où il bute contre le Djurdjura. Le massif central comprend presque la totalité des daïras de Drâa-Ben-Khedda, Larbâa-Nath-Irathen, et une partie des dairates de Drâa-El-Mizan, Boghni et Aïn-El Hammam. Le massif central est ancien (1ère primaire) et se distingue par des formes tantôt larges et arrondies du fait de l'érosion et tantôt étroites et aiguës. Ces altitudes se situent en général entre 800 et 1000 mètres. De nombreux oueds provenant du Djurdjura (Oued-Aissi, Ksari, Rabta) ont entaillé le massif et les pentes sont presque toujours élevées (supérieures à 12%).

Figure n° 05: Le massif central



Source: www.dircultureto.dz

1.3.3. Le relief de Djurdjura

Souvent synonyme de Kabylie et n'occupant en fait qu'une partie restreinte de la wilaya, dans sa partie méridionale. Une quinzaine de communes se trouvent en partie ou en totalité sur les contreforts de la chaîne, toutes comprises dans les dairates d'Ain El Hammam, BéniYenni, Ouacifs, Boghni et Ouadhias. La chaîne se déploie d'ouest en Est dans la partie sud de la wilaya en une véritable barrière d'altitude souvent supérieure à 2000 mètres. Quelques cols (Tizi-N'Kouilal, Tirourda, Chelatta) à l'importance stratégique et historique connue permettent de rejoindre aisément les régions de Bouïra et de Bedjaïa.

Figure n° 06: Les montagnes de Djurdjura



Source: **Source:** www.dircultureto.dz

La Djurdjura, souvent considéré comme synonyme de Kabylie et n'occupant en fait qu'une partie restreinte de la wilaya, dans sa partie méridionale. Une quinzaine de communes se trouvent en partie ou en totalité sur les contreforts de la chaîne, toutes comprises dans les daïras d'Aïn-El-Hammam, Béni-Yenni, Ouacifs, Boghni et Ouadhias. La chaîne se déploie d'ouest en est dans la partie sud de la wilaya en une véritable barrière d'altitude souvent supérieure à 1 000 mètres. Quelques cols (Kouilal, Tirourda, Chellata) à l'importance stratégique et historique connue permettent de rejoindre aisément les régions de Béjaïa et de Bouira.

1.4. La pêche

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'une façade maritime de 85 km de long soit 6 % de la côte algérienne. La frange maritime couvre cinq (05) communes (Tigzirt, Mizrana, Iflissen, Azeffoun et Aït Chafâa). La zone de pêche réservée est de 8 185 km² et la surface réservée à la

pêche côtière est de 944,52 km². Le potentiel halieutique est estimé à 26 000 tonnes dont 8 000 à 8 500 t de stock pêchable.

Le secteur de la pêche de la wilaya de Tizi-Ouzou, s'inscrit dans le nouveau programme de développement de la pêche de l'Aquaculture « Aqua pêche Algérie ». Lequel prévoit à l'horizon 2020, de doubler la production à 100.000 tonnes, consolider les 70 000 emplois existant et créer 40 000 nouveaux emplois. La wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'une zone d'activité aquacole (ZAA), située dans la daïra de Tizirt, répartie en deux zones une située dans la commune de Mizrana, village mazer lieudit Bled Tissera Talouahcht, d'une superficie de 15,5 hectares, (deux concession attribuées, et quatre en cours), et la deuxième zone se trouve dans la commune d'Iflissen, lieudit Sidi Khaled, d'une superficie de 2 hectares (03 concessions attribuées).¹

L'existence du port d'Azeffoun et le lancement de l'abri de Tizirt constitueront des atouts encourageants pour l'activité économique et de la pêche.

Sa proximité des aéroports avoisinant notamment ceux de la capitale, Alger, (distance d'une centaine de kilomètres) et de Bejaia ainsi que sa liaison au réseau ferré national rend la région accessible et dynamique des atouts encouragements pour l'activité économique et la pêche.

Malgré son caractère montagneux et ses beaux reliefs accidentés, Tizi-Ouzou est bien servie par un dense réseau hiérarchisé. Constitué de routes nationales qui la relie aux quatre coins du pays et qui lui assurent ainsi un volume d'échanges conséquent.

1.5.L'offre touristique de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou présente des atouts avérés vu ses potentialités touristiques, archéologiques, naturelles et culturelles ou toutes forme de tourisme est possible : du balnéaire au climatique passant par la chasse touristique et sportive à l'alpinisme et à la spéléologie

La richesse de la ville de Tizi-Ouzou qui ne cesse de s'agrandir de par ses fortifications, ses rues, sa position de capitale de la Kabylie, ses cols surplombant la vallée du Sébaou a motivé l'émergence d'un tourisme urbain de qualité. Tizi-Ouzou convie à sa découverte. Considéré comme le fleuron des établissements toujours de Tizi-Ouzou, les infrastructures offrent des commodités aux visiteurs, à la quête de découverte.

¹ Direction de la Pêche et des Ressources Halieutiques

La wilaya de Tizi-Ouzou est riche en potentialités touristiques, elle offre plusieurs types de tourisme, et se dotent d'importantes richesses et sites touristiques que nous allons voir ci-dessous.

1.5.1. Les ressources touristiques

De par la variété de ses Richesses naturelles, la wilaya de Tizi-Ouzou est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme culturel, balnéaire (région côtière) et climatique (région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale. La wilaya dispose d'un riche patrimoine archéologique dont une grande partie se trouve dans la zone côtière de Tigzirt et Azeffoun. Tigzirt a servi de site pour la construction d'une ville romaine. Parmi les restes du passage des romains on peut citer le Temple du Génie qui date du III^e siècle et la Basilique chrétienne.

L'agglomération d'Azeffoun (l'antique RUSAZUS) également recèle des vestiges de l'époque romaine tels que les restes de muraille, conduite d'eau et d'importants thermes. Le massif du Djurdjura synonyme du massif kabyle constitue un immense gisement de pôles touristiques : Tala-Guilef, LallaKhedidja, le lac d'Agoulmine, le Gouffre de Boussouil (1 259 m), la grotte du Macchabée, le Pic d'Azrou N'Thour, les cols de Tirourda (1 700 m) et de Kouilal (1 600 m) sont parmi les sites les plus connus du Parc national du Djurdjura, favorables à la pratique du tourisme de montagne (sports d'hiver, randonnées pédestres, l'alpinisme et la spéléologie). Les forêts de Yakouren et de Mizrana propices également pour les randonnées sportives, les séjours écologiques et culturels.

La faune endémique de la région est assez riche, celle de giboyeuse en particulier (Sangliers, lièvres, Perdrix, étourneaux, grives et divers oiseaux de proie). L'attraction principal reste sans doute le singe magot (*Macacus Sylvana*) très prolifique dans les forêts de Yakouren et dans le massif du Djurdjura. **(Voir annexe n°01)**

La région de la Kabylie jouit d'une architecture traditionnelle d'une remarquable beauté: une production qui nous renseigne sur la société qui l'occupe. Aujourd'hui, les villages traditionnels Kabyles présentent un patrimoine de grandes et multiples valeurs de par leurs viabilités économiques, richesses culturelles, cohésion sociale (critères cités ci-dessus), et surtout le respect qu'ils portent à l'environnement (conditions bioclimatiques). Mais ils demeurent un héritage délaissé qui présente un potentiel resté jusqu'à nos jours dans l'ombre (sauf deux villages étant inscrits pour le classement sur l'inventaire supplémentaire, en

l'occurrence un seul pour la wilaya de Tizi-Ouzou, le village « Ait El Kaid », deux pour la wilaya de Bejaia, «Cheikh Aheddad » à Adekar et la « Kalla » à Ighil Ali)

Notre recherche va s'orienter dans le sens de la préoccupation liée à la préservation, la sauvegarde et la valorisation du village kabyle traditionnel. Notre attention est portée sur l'étude du cas du village traditionnel « AIT EL KAID » en Kabylie, un des exemples qui continue à résister aux affres de la nature et de l'être humain après plusieurs siècles d'existence, Pour une meilleure démarche de prise en charge de ce dernier, une première étape d'identification, la plus exhaustive, nous semble indispensable. La deuxième étape consiste à faire ressortir les valeurs véhiculées par le village d'« AIT EL KAID ».

1.5.2. Le tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Le tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou se caractérise par la prédominance du type balnéaire. Ce tourisme correspond à un tourisme de masse favorisant la concentration d'un nombre important de visiteurs pendant la saison estivale et ayant des effets néfastes sur les milieux d'accueil (une utilisation excessive des ressources naturelles et une pollution énorme).

En termes d'activité touristiques, plusieurs régions communes et villages de la wilaya de Tizi-Ouzou organisent des festivités touristiques qui sont une source d'offre du tourisme culturel. (**Voir Annexe n°02**)

Concernant les infrastructures d'accueil des touristes elles sont concentrées dans les zones côtières, en effet selon les données de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi-Ouzou, sur les 4.065 lits enregistrés au niveau de la wilaya pendant la saison estivale 2016, 71% sont situés dans les communes côtières (Tigzirt et Azefoune), le même pourcentage a été enregistré pour 2017.

En termes d'arrivées de touristes dans les hôtels balnéaires, 8297 arrivées ont été enregistrées pendant la période estivale 2015 correspondant à 31.806 nuitées soit 26 % des nuitées totale au niveau de la wilaya, ce pourcentage a atteint 30% en 2016 avec 9253 arrivées et 11198 nuitées. Il est à signaler que ce type de tourisme est soutenu par une demande essentiellement nationale.

Dans le cadre de la mise en œuvre de la nouvelle politique nationale du tourisme en Algérie (schéma directeur d'aménagement touristique 2030), la wilaya de Tizi-Ouzou a bénéficié de 12 ZET (zone d'expansion touristique) dont 8 sont classés et situés dans les zones

côtières avec une superficie totale de 2000 ha, ce qui va permettre la consolidation des investissements dans ce type de tourisme.¹

1.5.3. Les contraintes liées à la promotion du patrimoine culturel dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Les contraintes liées au secteur du tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou se résument dans les points suivants :²

- Les obstacles qui entravent l'investissement dans le secteur du tourisme, la complexité des dossiers d'investissement, la lenteur dans leur traitement à cause de la centralisation des décisions, les oppositions des citoyens aux projets de développement touristique, manque d'accompagnement des établissements financiers ;
- Le déficit dans les infrastructures d'accueil des touristes.
- L'absence de coopération et de concertation entre les acteurs concernés par le tourisme, le tourisme est une activité transversale qui touche à tous les secteurs (tourisme, culture, environnement, eau, transport, urbanisme services financiers...) ;
- Un mode de transport et de mobilité de faible qualité ;
- L'absence d'une culture touristique chez le citoyen ;
- Manque de qualification du personnel qui travaille dans le secteur touristique ;
- L'insécurité et le déficit en matière d'image conjugué avec le déficit dans les actions marketing permettant de promouvoir la destination Tizi-Ouzou.
- Le manque d'actions d'appropriation et de valorisation du patrimoine culturel pour des fins touristiques s'explique en grande partie par la faible identification et protection de ce patrimoine en raison de :
 - La lenteur de production des textes juridiques régissant le patrimoine culturel. Ce retard dans la production juridique a engendré une dégradation du patrimoine matériel et immatériel.
 - La non prise de conscience des élus et des citoyens de la valeur du patrimoine culturel.

¹ Saïd DOUMANE, Djamila HAMOUR Revue Recherches économiques et managériales, N 23– Juin 2018, p 11-12.

² Schéma directeur de l'aménagement touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou SDATW

- Le manque de coopération entre les acteurs en charge de gestion, de protection et diffusion du patrimoine et les acteurs du tourisme qui devraient être en charge de sa valorisation touristique.
- L'absence d'un véritable processus de décentralisation donnant aux collectivités territoriales un véritable rôle dans la protection et la valorisation de leur patrimoine culturel.

Section 02 : Conception d'un produit touristique à thème culturelle, cas village Ath Elkaid

Nous allons aborder dans cette section l'identification du site d'étude « le village « ATH EL KAID » : sa situation, son accessibilité, puis on passera à son étude approfondie, son historique ainsi que le processus de formation et de transformation de ce village. Enfin, nous ferons le point avec une lecture de l'état actuel des lieux d'AIT EL KAID.

L'intérêt porté pour ce village qui se présente comme l'un des nombreux villages préservant son aspect patrimonial, doit donc avoir pour résultat sa sauvegarde.

Malgré le classement du village d'AIT EL KAID comme patrimoine culturel national et lacréation de son secteur sauvegardé en 2009, « les secteurs sauvegardés sont dotés d'un plan permanent de sauvegarde et de mise en valeur tenant lieu du plan d'occupation des sols»¹

« ATH EL KAID » aujourd'hui, se trouve dans un état de dégradation et de ruine très avancé, et pour remédier à cette situation, des interventions telles qu'une opération de réhabilitation sont plus que nécessaires, afin de permettre aux générations futures de s'imprégner de la culture de leurs ancêtres ».²

2.1.Aperçu et historique du village « Ath El Kaid »

Le village « AITH EL KAID » faisant partie de la tribu « ATH SEDKA », elle-même faisant partie de la confédération des « Zouama », elle abrite deux vallées : « OUAD AFADOU » et « OUAD EL HAD » La tribu des « ATH SEDKA » était partagée en deux fractions, l'une d'elle est celle de « BENI OUADI », la seconde est celle de « BENI BOU-CHENNACHA » et chacune d'elles comptait un nombre bien déterminé de villages.

Le village « AITH EL KAID » compte cinq (5) HARA à savoir : L'harathazqaqt, L'hara Oumalou, L'hara Thavhirththghilt, L'hara Imrabdhene, L'hara Aith Mechkane.

¹La loi 98-04 relative à la protection du patrimoine

²ALILI Sonia, Guide technique pour une opération de réhabilitation du patrimoine architectural villageois de Kabylie : mémoire de magister en architecture, Université MOULOUD MAMMERI de TIZI-OUZOU,

Entre 1745 et 1746, la conquête turque sous la diligence du bey Mohamed ben Ali, a pu soumettre un grand nombre de tribus dont celles des « ATH SEDKA », et ce, après une résistance énergétique de la population. Ainsi, la tribu des « ATH SEDKA » était sous la caïdat de Boghni. Toutes les tribus situées à l'est de Boghni, furent obligées de lui payer un impôt annuel. Suite aux dépassements du caïd à l'égard des citoyens qui se sont opposés au régime fiscal imposé à l'époque. Ainsi en 1746, les « GUECHTOULAS » et les « ATH SEDKA » attaquent le « BORJ DE BOGHNI », tuent le caïd, chassent la garnison turque et démolissent la forteresse. A cette époque le village s'appelait « VOURIECHE » et suite à cet événement les citoyens se sont réfugiés dans les hauteurs et le village actuel fut construit. C'est ainsi que l'appellation D'ATH EL KAID fut adoptée pour le village, elle signifie : « ceux qui ont tué le caïd ».¹ En 1871, le village d'Ath el Kaid a participé à la grande révolte qui secoua la région contre la compagnie de l'armée française, qui a duré plus d'un quart de siècle pour atteindre les sommets de la Kabylie. Pendant la guerre de libération, le village d'ATH EL KAID de par sa situation stratégique, fut choisie par l'armée française pour y implanter une compagnie militaire composée d'une guérite qui était une mosquée à l'origine, un bureau de SAS, et un centre de torture.

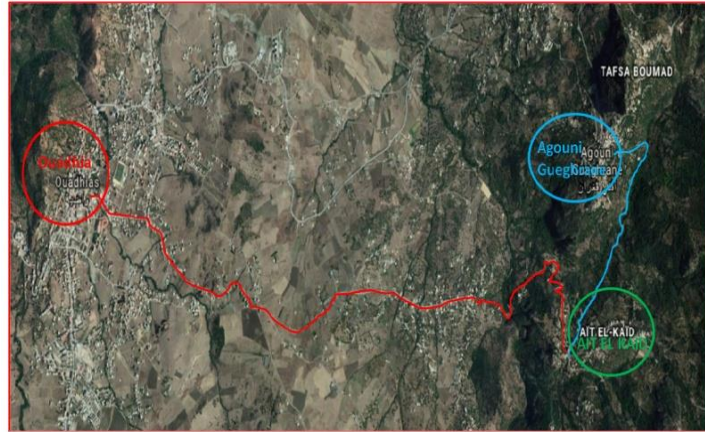
2.1.1. Situation

Le village « AITH EL KAID » est un village de la Kabylie du Djurdjura. Il est situé à 43km à l'extrême sud de la wilaya de Tizi-Ouzou. Il est distant de 03km à l'ouest de la commune d'Agouni Guerghrane et de 08km au sud de la daïra des Ouadhias. Administrativement, il fait partie de la commune d'Agouni Gueghrane (issue du découpage administratif du 04février 1984)². Cette dernière fait partie de la daïra des Ouadhias dans la wilaya de Tizi-Ouzou. AITH EL KAID est perché sur un piton rocheux d'une altitude de 617m, dominant la plaine des Ouadhias. Il offre une authenticité apparente et est remarquable par une beauté saisissante et un paysage fascinant. Il est un lieu de mémoire et d'histoire, son existence remonte à plusieurs siècles.

¹Proposition de classement du village d'Ath el Kaid, direction de la culture de la wilaya de Tizi-Ouzou.

²Les services de l'APC d'Agouni Gueghrane

Figure n° 07: Situation géographique du village d'AIT EL KAID.



Source : <https://www.google.com/maps/place/At+Lqayed,+Agouni+Gueghrane>

2.1.2. Accessibilité

Le village « AITH EL KAID » est facilement accessible, il est desservi par des chemins communaux qui le relient au chef-lieu de daïra des Ouadhias, ainsi qu'au village d'Agouni Gueghrane et celui d'Azounene. Il occupe un sommet d'une montagne, offrant une vue suffisamment dégagée, on peut l'apercevoir de loin, à partir d'Agouni Guerghrane, D'Ait Irane, Ait Bouadou et à partir des Ouadhias.

2.1.3. Processus de formation et de transformation « d'AITH EL KAID »

Le contexte topographique et morphologique est un facteur déterminant dans la formation de l'espace villageois en Kabylie, et particulièrement de celui d'ATH EL KAID, dont la création de cet endroit a été motivée par un besoin de protection et de défense ainsi que de dominance. Ce qui justifie l'implantation du premier noyau au niveau du sommet du monticule rocheux. Et suite à la consommation progressive des terrains et par conséquent, la saturation du noyau initial, la croissance du village se produit toujours en harmonie avec son site, elle s'oriente alors vers les versants les moins accidentés au sud et à l'est, évitant le versant ouest qui constitue une véritable barrière naturelle devant la croissance. Ainsi est née la forme organique et irrégulière du village qui a l'apparence d'un croissant étiré vers le sud-est. Vu la rareté de la documentation concernant le village « d'AITH EL KAID », quelques hypothèses ont été formulées par rapport à sa formation et sa transformation.

2.1.3.1. La période avant la conquête française (jusqu'à 1857)

Ce village, témoin d'un passé lointain de la région.

A. Implantation

La morphologie du village suppose que le premier noyau se situe sur le piton rocheux, et qu'une croissance s'est faite progressivement suivant une forme de couronne.

B. La première croissance en couronne

Durant cette période une première croissance en couronne apparaît au pied du village sur le versant sud, vu sa topographie moins accidentée et son ensoleillement. La construction s'est faite suivant les chemins périphériques du premier noyau jusqu'à l'entrée du village au niveau de « Thadjmaat »

2.1.3.2. La période coloniale (1857-1962)

La deuxième croissance linéaire : Durant cette période les nouvelles constructions s'adossent au chemin reliant le village à celui d' « AgouniGueghrane ».

2.1.3.3. La période de l'indépendance (après 1962)

La troisième croissance éclatée : Cette phase est marquée par l'implantation des constructions suivant le chemin communal pour des raisons d'accessibilité plus facile, et de la proximité des champs de culture. La croissance prend une tendance plutôt éclatée et le village perd son caractère dense.¹

2.1.4. Lecture de l'état actuel des lieux du village

Le village actuellement se trouve dans un état de dégradation et de ruine très avancé. Il donne l'image d'un village fantôme, déserté de ses habitants, où ils ne demeurent que quelques familles toujours sur places occupant encore leurs anciennes maisons.

Bien que classé, doté d'un plan de sauvegarde depuis quelques années déjà avec approbation de la première phase, cependant aucune mesure d'urgence n'est prise afin de stopper le processus de dégradation et de préserver les bâtisses en état, tel que prévu par le PPSMVSS.

Ainsi la dégradation du bâti s'accroît avec le temps, du fait que même les initiatives des citoyens sont bloquées, pour cause de classement du village.

Les photos suivantes montrent l'état de dégradation avancé dans lequel se trouve le bâti du village à l'heure actuelle.

Figure n°08 : Photos montrant l'état de dégradation de la majorité des bâtisses.

¹Le (PPSMVSS) du village d'AIT EL KAID



Source : Prise par nous même

Donc, Aït El-Kaïd, un village mythique, nécessite en urgence un véritable plan de sauvetage, eu égard à son importance historique et architecturale typique et très ancienne. Son état actuel fait craindre une disparition inexorable de ce patrimoine architectural ancien.

2.1.5. Entités constituant le village

La topographie du site est le facteur principal qui a déterminé la forme du village D'Aït El Kaïd, « un des caractères quasi unanimes rencontrés dans le village de montagne est leurs emplacement le long de la ligne de crête ou ramassés autour d'un point haut »¹ Ainsi, « ATH EL KAID » est composé de deux entités principales qui sont :

2.1.5.1. Entité groupée

Cette entité constitue le noyau initial du village, implanté au niveau du sommet de la montagne formant ainsi une entité groupée. Le contexte topographique et morphologique est un facteur déterminant dans la formation de ce noyau, dont la création de cet endroit a été motivée par un besoin de protection et de défense ainsi que de dominance.

2.1.5.2. Entité linéaire

Suite à la consommation progressive des terrains et par conséquent, la saturation du noyau initial, la croissance du village se produit toujours en harmonie avec son site, elle s'oriente alors vers les versants les moins accidentés au sud et à l'est suivant le chemin reliant le village à celui d' « Agouni Gueghrane », évitant le versant ouest qui constitue une véritable

¹MechtoubAkli, Environnement social et habitat en milieu villageois le cas de TaourirtMokrane en Kabylie, mémoire de magister en civilisation en socio entomologique, UMMTO,2009, p 113

barrière naturelle devant la croissance. Ainsi est née la forme organique et irrégulière du village qui a l'apparence d'un croissant étiré vers le sud-est.

Figure n°09 : Photo illustrant la croissance linéaire



Source : www.dircultureto.dz

2.1.6. Infrastructures de déplacements (voies)

2.1.6.1. Les ruelles : aznik, avrid

Les ruelles du village sont adaptées à la topographie du site, parallèles aux courbes de niveaux. La disposition des maisons se fait par rangées implantées perpendiculairement aux courbes de niveaux, accolées les unes aux autres par leurs pignons. Elles sont considérées par les étrangers comme des éléments intérieurs au village tandis que les villageois les considèrent comme des éléments extérieurs.

Figure n°10: Les ruelles du village ATH EL KAID



Source : Prise par nous même

2.1.6.2. Les impasses

Ce sont des éléments qui se présentent morphologiquement comme des ruelles, parallèles aux courbes de niveau, desservant uniquement les groupements non accessibles par celles-ci.

Photo N°11 : Photos illustrant les impasses du village



Source : Prise par nous même

« La différence entre la ruelle et l'impasse est que cette dernière se termine en cul de sac et se décrit comme un espace caché. Dans ce cas, seules les personnes issues d'un même groupement peuvent avoir accès aux impasses, ce qui donne une impression de rejet à l'étranger de passage. Ces impasses sont le résultat de contraintes techniques et fonctionnelles»¹

2.1.7. Autres éléments (espace commun)

2.1.7.1. TADJMAAT

C'est un espace de rencontre des hommes, elle est l'unique endroit rassemblant les citoyens à l'extérieur, « C'est la place où se déroulaient les réunions du village afin de résoudre les problèmes des habitants, et où les sanctions étaient prononcées pour les voleurs ou autres éléments nuisibles à la société ; mais c'est également un espace où se rencontraient les hommes pour se détendre, un espace exclusivement masculin »² C'est un élément important dans la structure du village. C'est une construction simple en pierre, dotée à l'intérieur de bancs de pierres maçonnés disposés le long des murs, elle se trouve actuellement dans un état dégradé, elle est partiellement effondrée.

Figure n °12: TADJMAAT du village ATH EL KAID

¹Amar Aïs. Pour une nouvelle gestion de la croissance des établissements humains. Exemple d'un village de montagne. Mémoire magistère encadré par Mme N. Chabi-Chemrouk. 2003. P. 57.

²E. Masqueray. Op. Cite. P. 83.



Source: www.dircultureto.dz

2.1.7.2. ASQIF

A l'entrée de la maison, nous rencontrons un premier espace appelé Asqif. Comme Tajmaat, mais à une échelle beaucoup plus réduite, il a pour fonction la transition entre l'espace intérieur et extérieur de « L'HARA ». Il est matérialisé par une sorte de couloir, on y trouve des banquettes de part et d'autre appelées « Idekannen » où s'installent les visiteurs et attendent une invitation à entrer dans la maison.

2.4.3 .3- L'HARA

« C'est l'espace privé du villageois, il se compose de deux éléments indissociables : afregouamrah et axxam formant une organisation bipolaire »¹. Avec l'élargissement de la famille, d'autres Axxams ou Tixxamine s'additionnaient à cet espace densifiant de plus en plus la parcelle. Les dimensions et les formes de ces Hwaris (pluriel de l'hara) peuvent varier en fonction de plusieurs facteurs : la superficie du terrain, sa forme, le nombre d'occupants appartenant à une même famille.

Photo N°13: photo illustrant l'hara.



Source : Prise par nous même

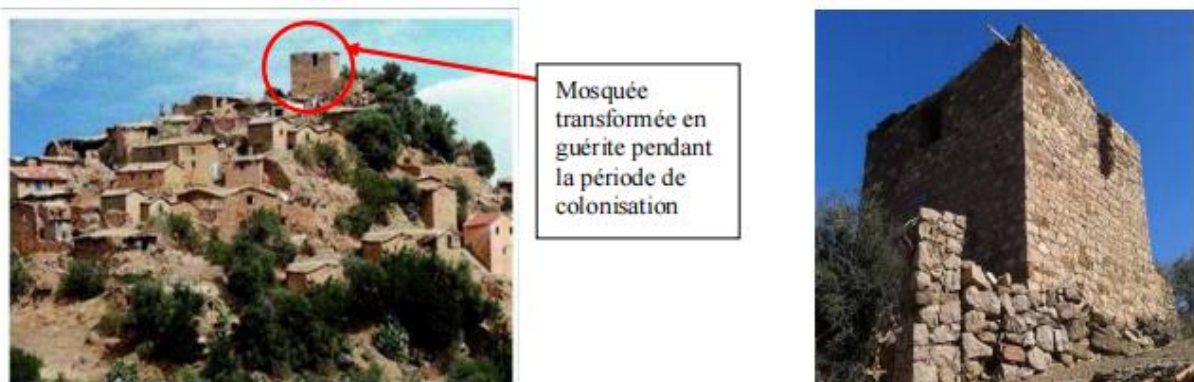
¹H. Bachakh. Mécanisme de formation / transformation de l'environnement bâti. Essai d'identification de l'environnement villageois kabyle. Le cas des Ait-Yenni. P. 133.

« Afreg est un espace libre découvert, il est circonscrit par les parois des Axxams et des Hwaris qui l'entourent. Cette cour est un espace polyvalent utilisé comme espace de circulation mais également comme lieu où se déroulent les activités quotidiennes de la famille, par exemple, la préparation des repas pendant la période estivale (ce qui a pour effet de diminuer l'apport en *chaleur à l'intérieur de la maison*), les tâches ménagères ou autres activités liées à la tradition kabyle »¹

2.1.7.3. Lefortin

C'est un élément bâti chargé de mémoire, il est le témoin de la période de la guerre d'indépendance nationale². Construit sur une ancienne mosquée du village, il faisait le rôle d'une guérite de surveillance de l'armée française. Il a été choisi vu sa position stratégique qui offre une vue tout autour de lui.

Figure n°14: Le fortin



Source : Prise par nous même

2.2. Composition de la maison kabyle ou Axxam à Ath El Kaid

La maison à Aït El Kaïd est bâtie autour d'une cour intérieure qu'on nomme afreg, autour duquel est construit un certain nombre de maisons. Cette cour est complètement couverte et édifée avec des murs en pierres et le toit en terre comme ceux de la maison, « Ces cours sont dans la règle, à ciel ouvert. Pourtant, dans la région du Djurdjura, elles sont couvertes par des

¹Guide technique pour une opération de réhabilitation du patrimoine architectural villageois de Kabylie : mémoire de magister en architecture, Présenté par Melle ALILI Sonia, Université MOULOUD MAMMERI de TIZI-OUZOU

²Source : auteur.

terrasses, où l'on ménage seulement un trou rond ou oval, pour assurer l'aération. Ainsi chez les Chennâcha, et déjà, quelquefois, chez les Ouadhias. »¹

A. TAKAAT

C'est une grande salle qui occupe deux tiers de la surface de la maison et est réservée exclusivement aux femmes pendant la journée. Elle sert d'espace pour préparer les repas, manger, travailler (le tissage) et même pour dormir. Dans certaines régions on dit Aguns, ou encore Tigherghert.

Le sol est recouvert d'un enduit de graviers et de chaux que les femmes polissent avec ungalet, comme on le fait pour les poteries. Ce mortier est parfois composé d'argile à laquelle on ajoute de la paille hachée ou de la bouse de vache pour éviter l'effritement.

La décoration et l'ornementation des maisons est aussi l'œuvre des femmes : à l'intérieur, les murs, blanchis à la chaux, se terminent par un soubassement peint en rouge et noir sur fond blanc de figures géométriques du plus bel effet, tandis que le parquet de terre battue, recouvert d'un enduit de chaux jaunâtre, est marqué sur le pourtour d'une large bande rouge qui se prolonge par des saillants sur le parquet lui-même. Quelquefois, mais assez rarement, les contours extérieurs de la porte sont ornés.

Figure n°15: Photo illustrant TAKAAT.



Source: www.dircultureto.dz

A l'intérieur de Takaât, on trouve un certain nombre d'éléments architecturaux, qu'on nomme Lakdour pluriel de Lakdar ou Ighulad pluriel d'Aghalad. Ces derniers sont construits en pierre, en forme de banquettes et servent pour rangement. On distingue : Aghalad de tasga, Aghalada lakhzine et Aghalad Oussapi. Ces banquettes ou lakdour sont agrémentées

¹R. MAUNIER. OP.cit. P53.

d'un certain nombre de niches de différentes dimensions d'une forme rectangle à angles presque arrondies. Ces éléments ou lakdour sont construits en pierres.

B. Addaynin

Addaynin ou l'étable, occupe le tiers du plan rectangulaire original, c'est un espace réservé aux animaux et se trouve en contrebas par rapport à Taqaàt, « On y accède par un petit passage étroit présentant une forme de pente. Cette étable donne sur la grande salle par une sorte d'ouvertures par lesquelles, on fait passer aux animaux leurs aliments, Addaynin est aménagé d'un trou, servant à l'évacuation du purin ».¹

C. TAARICT

Taârikt est la soupenne qui se trouve juste au-dessus d'addaynin et dont les dimensions sont identiques à ce dernier sauf en hauteur, C'est dans cette partie de la maison aussi qu'on pouvait dormir la nuit. On y dépose aussi les provisions, les objets de valeur, les coffres assenduq, On retrouve en outre, tous les éléments composant le métier à tisser assemblés et rangés au fond du mur de Taârikt. Taârikt à AÏT EL KAÏD est un espace ouvert vers lequel et duquel on peut regarder, elle ne possède pas de mur qui la sépare du reste de la maison. Elle n'est séparée de cette dernière que par les piliers.

Figure n°16: photos illustrant TAARICT



Source: Prise par nous même

¹Ouahiba ALIANE A et Mohamed Brahim SALHI, Savoir-faire vernaculaires du village traditionnel Kabyle : Aït El Kaïd, Département d'architecture de l'université de Tizi-Ouzou, p.4.

D. Mobiliers et composants d'Axxam

Dans la maison kabyle, on peut identifier : « l'kanun », Aarichoubeloud, Ikufane, s'rir, adekkwan, Tadekwant, tissirt, azetta. **(Voir annexe n°02)**

- Lkanun :(Le foyer)

Dans l'un des coins opposés à « addaynin », est creusé le foyer, de forme circulaire d'environ 15cm de profondeur et de 20cm de diamètre, nommé « l'Lkanun ». Il existe aussi dans certaines maisons dans la cour ou afrag, c'est sur là où se fait la cuisson. Dans certaines maisons, en plus du foyer, on retrouve la cheminée où était allumé le feu de bois en hiver pour la cuisson et pour se chauffer.

Photo n°17:Photos illustrant Lkanun



Source : Prise par nous même

- Aarich oubeloud

Au-dessus du kanun, sur des poutrelles fixées au mur, on place Aarichoubeloud, sur laquelle les habitants vont se sécher pendant l'hiver. Aarichoubeloud se trouve en général à hauteur de l'homme, et pour l'atteindre, on monte sur le srir.

- Srir

C'est une banquette située contre le mur de façade. Dans certains cas, un espace vide sous le srir appelé « Taggrurt », sert pour le mouton de l'Aïd. On y met aussi le petit veau, ou encore les provisions de bois sec, la cruche d'eau, et même les couvertures dont on se sert le soir.

- Les niches de rangement ou d'exposition et les (Ikufane)

Pour plus de confort et une meilleure organisation de la maison, les villageois intègrent des niches dans les murs et construisent des silos de rangements appelés « Ikufane ». « Les niches sont situées à hauteur de l'homme afin que les habitants puissent ranger leurs ustensiles, exposer leurs décorations. Elles sont réalisées lors de la construction des murs et leurs dimensions sont très réduites. Elles avoisinent les 40 cm de largeur, de longueur et même de profondeur. Les Ikufane (sing. Akufi) sont de vastes récipients de terre crue qui, dans les maisons de Kabylie, servent à entreposer les réserves alimentaires d'origine végétale : grains, fèves, figes sèches, caroubes, glands... »¹

Photo N° 18: photos illustrant « ikufan ».



Source: www.dircultureto.dz

2.5.1. Techniques de construction

La maison traditionnelle du village kabyle Aïth El Kaïd présente des particularités qui la distinguent du reste des maisons d'autres villages. Notamment son aspect trapu dû à la hauteur des murs qui est inférieure à la largeur. « Son aspect trapu est dû au fait que l'élévation des murs est d'habitude moindre que la largeur du petit côté de base. Les variations d'une région à l'autre sont peu importantes, à l'exception des villages du Djurdjura, où la maison s'écrase avec l'altitude. C'est là aussi que l'on trouve des maisons à terrasse (région de Kouriet) ». ² L'absence de cour intérieure « Amrah » est due à l'exiguïté des terrains ainsi que la toiture terrasse qui est d'un aspect particulier et original.

¹R. Basagana et A. Sayad

²Ramon BASAGANA et Ali SAYAD. Op.cit. P généralités

On analysant les éléments de construction de la maison traditionnelle d'Aït El Kaïd , on peut découvrir d'autres particularités de ce village ainsi que les différentes techniques constructives adaptées .

2.5.2. Les fondations

Le sol à Aït El Kaïd est de nature rocheuse, surtout au sommet du village, donc ce sont ces roches qui servent de fondations, « il s'agissait de supprimer dans la plupart du temps la terre végétale et de rechercher un sol homogène bien tassé »¹ Ces fondations, sont de 50 à 60cm de largeur et leurs profondeurs diffèrent selon celle du bon sol. Dans le cas où le sol n'est pas entièrement rocheux, on rajoute de la pierre dans les fondations, puis elle sera recouverte de terre.

2.5.3. Les éléments porteurs

Tel que :

A. Les murs

« Les murs sont les témoins les plus durables de l'architecture traditionnelle de Kabylie, en effet, la chute des toitures, la destruction des planchers se produisent tandis que les quatre murs restent debout »². En plus de leurs caractéristiques d'être riches en couleurs et en décors, ils ont un rôle structurel car ils transmettent les charges de la maison au bon sol. Les murs de la maison d'Aïth El Kaïd sont de dimension de 60cm, ils sont construits avec de la pierre sèche de différentes tailles, posées par rangées parallèles, entre lesquelles, on dispose de petites pierres pour le nivellement. Ensuite les pierres sont liées avec du mortier d'argile. La largeur du mur dans la plus part des cas, est plus grande à la base et à tendance à se réduire en montant en hauteur. **(Voir annexe n°03)**

B. Les poutres et les piliers

La structure de la maison à Aït El Kaïd est composée de planchers (Taqaat, Taarict), soutenus par des poutres et des piliers qu'on retrouve à Takaât et aussi dans l'étable ou Addaynin. Les piliers ou Tiguejda, sont des troncs d'arbres fourchus à une de leurs extrémités,

¹René Fontaine. Restaurer, aménager, préserver. La maison de pays. Seghers, 1977. P. 71.

²ALILI Sonia, Guide technique pour une opération de réhabilitation du patrimoine architectural villageois de Kabylie : mémoire de magister en architecture, , Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, P. 42

par contre les poutres ou Issoulas, sont des troncs d'arbres coupés à leurs extrémités. Leurs dimensions dépendent de la dimension de l'espace auquel ils sont destinés. **(Voir annexe n°04)**

Les poutres ou Issoules dans la toiture sont en nombre de trois ou cinq, posées sur les piliers ou Tiguejda. On distingue AssalesAlemmas ou la poutre centrale et IssoulesIdherfiyen ou les poutres latérales. Si la maison est de grande dimension, on trouve une planche en bois de forme rectangulaire de dimensions de 20cm/20cm, nommée El Djaïza. Son rôle est de soutenir les poutres ou issoulas. Elle s'appuie des deux côtés sur des murs en pierre.

C. Les planchers

- Takaât

Le plancher de Takaât de la maison est composé d'une base de pierres recouverte de terre sur laquelle on dispose d'autres petites pierres puis on verse dessus un mortier de terre, qu'on appelle Tixmirt Tazourent.

- Taârikt

Le plancher de Taârikt est composé d'une couche d'un mélange de terre avec de l'eau nommé Tixmirt. Cette couche se pose sur les poutres ou Issoulas qui se posent à leur tour sur les piliers ou tiguejda, de longs troncs d'arbres, où thimiwaye s'alignent de bout en bout sur les poutres. Sur ces troncs d'arbres, sont disposés des morceaux de bois ou thikachlal, le tout sera recouvert de Tixmirt Tazourent sur laquelle on rajoute Tahrirt Tarakakt, puis on enduit le tout avec la chaux.

- Addaynin

« Cette étable est dallée en pierres lisses ; un petit trou, creusé dans l'épaisseur du mur ; évacue au dehors l'urine et le purin. »¹, Le plancher d'Addaynin est composé d'une couche de terre sur laquelle on pose de la grosse pierre plate et lisse.

2.5.4. Les revêtements

Les matériaux de revêtement utilisés à Aith El Kaid sont :

¹R.MAUNIER. OP.cit. P49.

- A. Tikhmirttazourent :** C'est un mortier composé d'argile, de paille, de bouse de vache fraîche et d'eau. Elle est utilisée pour revêtir la surface takaât et la surface interne des murs.
- B. Tahriirttarqaqt :** Après séchage du premier mortier, on recouvre d'une deuxième couche, nommée Tahriirttarqaqt, Cette dernière est composée d'argile blanche ou thoumlilt, un peu de bouse de vache fraîche et d'eau.
- C. El djir (chaux) :** Il est composé d'un mélange de plâtre et d'argile blanche dite thoumlilt et d'eau. Il est appliqué au haut des murs et à l'ensemble des banquettes ou lakdour à l'aide d'une pierre rugueuse qui le fait pénétrer à l'intérieur de l'enduit de terre la première fois. La deuxième fois, avec une pierre lisse pour donner un aspect poli et uni à l'ensemble.
- D. Matériaux décoratifs :** Les décors à l'intérieur des murs et Ikoufa sont exécutés avec un mélange de Maghri qui est une roche de couleur ocre et El Madloug qui est une roche de couleurs blanche et qu'on nomme Ousgou. Les dessins et les différentes couleurs utilisées à l'intérieur de la maison offrent un confort visuel aux habitants. L'ornementation atteint même la vaisselle qu'on dispose soigneusement en rangées alignées le long des murs. Ces décorations et ces ornements sont le travail de la femme.

2.5.5. Le seuil ou amnar

C'est une dalle de petite hauteur qui sépare la maison de la cour et empêche les eaux de passer de chacun des côtés à l'autre. Il est utilisé par les ménagères pour y laver la vaisselle, et par les habitants pour y faire leur toilette quotidienne.

2.5.6. La porte d'entrée ou tabburtbbwakham

La porte d'entrée à Aith El Kaid est en bois, de forme rectangulaire à double vantaux. Ses dimensions sont généralement de 1,30 sur 1,60 lorsque la maison est construite sur une assiette plate. Mais lorsque cette dernière est bâtie sur un terrain en pente la porte est alors de moindre hauteur. Sous la porte se trouve une rigole, permettant aux eaux de vaisselle ou de toilette de s'écouler vers l'extérieur.

Ces portes sont formées de planches d'une certaine épaisseur, reliées entre elles à l'aide de gros clous. Les dimensions de la baie de la porte d'entrée sont généralement de 1,30 sur 1,60, lorsque la maison est construite sur une assiette plate. Mais lorsque cette dernière est bâtie sur

un terrain en pente la porte est alors de moindre hauteur. Les animaux et les hommes entrent par la porte unique.

Pendant la journée, les portes de la maison restent ouvertes, hiver comme été ; cela s'explique par le fait que, étant la seule ouverture de la maison, c'est par là qu'entre la lumière et sort la fumée. Pendant la nuit toutes les portes sont fermées.

Figure n°19: La porte d'entrée ou tabburtbbwakham



Source: www.dircultureto.dz

2.5.7. Les évacuations ou tazuligt

On retrouve dans la maison à Aït El Kaïd les évacuations dans trois endroits à savoir au niveau de l'entrée juste en franchissant le seuil, au niveau de la cour ou Afrag (ces deux évacuations servent pour humains) et la troisième au niveau de l'étable ou Addaynin, destinée pour les animaux domestiques, pour l'évacuation du purin. **(Voir annexe n°04)**

2.5.8. Les ouvertures

On retrouve dans la maison au village Aïth El Kaid trois ouvertures à savoir la porte d'entrée, une ouverture au niveau de la soupente ou taârikt, et des ouvertures au niveau de la toiture qu'on nomme isfoula pluriel d'asfalou. Les ouvertures au niveau de la toiture ou isfoula sont couvertes que pendant les intempéries on met des planches en bois, de même hauteur, tout autour de l'ouverture et de poser dessus une couverture en bois ou en métal. Ces ouvertures peuvent être creusés à n'importe quel moment en les coupant dans le toit.

Les ouvertures de taârikt semblent de dimension plus importante dans les maisons d'Aïth ElKaïd par rapport à celles des maisons dans d'autres villages de la kabylie : « Plus que partout ailleurs, les logis ont ici des allures de cavernes ; la disposition générale des intérieurs est la même que celle de toutes les demeures kabyles ; avec cette différence pourtant, que la

soupende, plus dégagée, sert d'asile au métier à tisser. Pour ce motif, sans doute, la lucarne qui l'éclaire est plus large que dans les autres régions. »¹

Les ouvertures au niveau de la toiture ou isfoula n'étaient couvertes que pendant les intempéries. Le procédé de leurs fermetures lors de ces circonstances se faisait en mettant des planches en bois, de même hauteur, tout autour de l'ouverture et de poser dessus une couverture en bois ou en métal. Ces ouvertures sont soit laissées en réserve lors de la construction de la maison, soit ils sont creusés à n'importe quel moment en les coupant dans le toit.

2.5.9. Le toit (sqef)

Toitures en terre, et l'une des particularités de la maison à Aïth El Kaïd est les toitures en terrasse, formées d'une couche de 20 à 30cm « La maison de pisé peut avoir son couvert en terrasse, ou en tuiles ; et semblablement la maison de pierre. Lorsqu'on s'avance vers le Djurdjura, le toit de tuiles disparaît de plus en plus. Dans le Kourietet chez les Chennàcha, la terrasse est le mode exclusif »². **(Voir annexe n°05)**

L'utilisation de la terre au lieu de la tuile fait de la maison, une construction réalisée complètement avec des matériaux locaux. Ce type de toiture est utilisée pour séchage de toutes sortes d'aliments, tel que les figues, les olives...etc, ainsi que l'étalage de la laine et autres besoins domestiques.

Les toitures de toutes les maisons de ce village sont accessibles par un escalier en pierres qui est construit le long de l'un des murs de la maison et si la maison est enterrée, l'accès se fait de l'autre côté du sol.

Ces toitures sont légèrement en pente, afin de faciliter l'écoulement des eaux pluviales, elles sont constituées de plusieurs couches réalisées selon les étapes suivantes :

- Dispose des chevrons qui sont de longs troncs d'arbres ou Imiwaye sur les poutres ou Issoules, on rajoute de petits troncs d'arbres ou El Kachlal,
- Recouvre ces branchages d'un mélange de terre et d'eau (tixmirt),
- Rajoute au-dessus de tixmirt, des petits cailloux anjarbuzru, récupérés lors de la casse de pierre ou du branchage ou Anjar Busghar.
- Le tout sera recouvert de terre sèche.
- Une autre couche de terre sèche plus fine que la précédente finit la mise en place de la toiture, le tout sera damée avec Amadaz.

¹Martial REMOND. Au cœur du pays Kabyle. Op.cit. P162-163.

²R. MAUNIER. Op.Cite. P52.

- Enfin, cette couverture est arrosée pour éviter que le vent transporte les particules de terre légères.
- Des pierres plates sont disposées tout autour de la bordure du toit pour la protéger des vents et l'empêcher de déborder avec les pluies et les neiges. Cette bordure est nommée Arraf.

2.5.10. Toitures en tuiles

« Les toitures en tuiles sont à deux versants, Nous retrouvons des tuiles anciennes dites elkarmoud elakvayel et des tuiles dites elkarmoudh francise ou bien elkarmoudlegliz ».¹

« Les tuiles-canal ou tuiles rondes sont apparues en Algérie au Moyen Age »². Elles étaient fabriquées de manière artisanale, avec de la terre à laquelle étaient ajoutées de l'eau et de la paille hachée³. Puis, cette argile était posée sur un moule de forme trapézoïdale, aplanie et posée sur un autre moule en bois d'olivier en forme de demi-ton de cône, donnant ainsi une forme concave à la tuile. Elles étaient ensuite séchées au soleil pendant deux à trois mois, puis cuites au four pendant une journée. « Les toitures sont couvertes de deux couches inversées (courant, couvert) de tuiles posées sur un mortier en terre avant que celui-ci ne sèche »⁴.

2.6. Proposition d'un circuit touristique à Ath el kaid

Nous proposons un circuit touristique à thème culturel dans le village Ath el kaid. Pour présenter le patrimoine culturel ancestral dont dispose le village et puis de donner aux touristes le temps de connaître ce potentiel.

Ce circuit comprendra 30 personnes, et auront un guide qui leur fera découvrir ce beau village parmi les plus beaux de la Kabylie. Les visites du circuit seront divisées en deux temps : la matinée pour visiter le village, L'après-midi programmé pour visiter certains points d'intérêt. La durée du circuit est limitée pour une journée ; afin que les touristes puissent

Mieux cerner l'importance ce patrimoine et pour s'assurer qu'ils pourront profiteret ressentir l'effet du tourisme culturel.

¹R. Basagana et A. Sayad. Op. Cite. P. 25.

²Fiche technique. D4 couverture de tuiles rondes. Algérie. Architecture traditionnelle méditerranéenne. Corpus. Euromed héritage. P. 06.

³Fiche technique. D4 couverture de tuiles rondes. Algérie. Op. Cite. P. 05.

⁴René Maunier. Op. Cite P. 51.

2.6.1. Formalisation du circuit

Pour faire découvrir le village Ath El Kaid et présenter son patrimoine touristique, nous avons effectué une randonnée, est composé comme suit :

♣ **Les données Humaines :**

- Taille du groupe : 30pax.
- Tranche d'âge : 12 - 50ans.
- Sexe : masculin et féminin
- Catégorie socioprofessionnelle : cadres supérieures et historiens, architectures.
- Origine géographique : algérien.
- Motivation du voyage ; Découvrir le patrimoine culturel de village ath el kaid.
- Mise en disposition d'un guide.

♣ **Les données techniques :**

- Exploration du patrimoine touristique du village ath el kaid.
- Possibilité d'accès : terre.
- Moyen de transport : autocar.
- Durée du voyage : 1 jour.
- Itinéraire : départ du chef-lieu de la ville de Tizi-Ouzou/ passant par la daïra de Ouadhia arrivant ensuite au village Ath El Kaid / Tizi-Ouzou. (**Voire figure n°9**).

2.6.2. Déroulement du circuit

Après le recueil des données humaines et techniques, nous avons élaboré un programme renfermant les différentes étapes de notre circuit afin de faire découvrir à notre groupe de touristes, les sites du lieu. Ce programme de visite répond aux besoins et aux motivations des visiteurs.

Ce site culturel est parmi les sites les plus beaux de la région, un site que peut fréquenter les visiteurs en se rendant à pied.

Le choix porté sur ce site s'explique essentiellement par la valeur culturelle et architecturale d'une part et d'autre part, ces éléments ensemble reflètent de façon tangible et complète le tourisme culturel.

A. Le tracé de l'itinéraire du circuit

Nous avons réalisé le tracé de l'itinéraire du circuit afin de montrer le site à visiter selon le programme.

B. La cotation du circuit

Après avoir élaboré le programme du circuit, toutes les prestations à fournir à notre groupe sont arrêtées, il s'agit des prestations ATV. Nous devons en faire la cotation, autrement dit calculer le prix de revient, puis le prix de vente de ce circuit.

C. Les tarifs des prestations de transport et frais d'agence

Les tarifs des prestations de transport et frais d'agence sont comme suit :

Frais de transfert : 500 DA/pax/ Jour.

Frais de guide accompagnateur : 800 DA/Pax/Jour.

Excursion + circuit + visites = 2500 DA/Jour/Pax.

Marge bénéficiaire :10%

D. Les calculs du prix de revient et de vente par pax

- **Le prix de revient**

Avant il faut calculer les prestations ATV

- **Calcul des prestations ATV :**

Frais de Transfer : $21000 \text{ DA} / 30 = 700 \text{ DA} / \text{Pax}$

Guides accompagnateur : $18000 \text{ DA} / \text{Jours} = 18000 \text{ DA} / 30 = 600 \text{ DA} / \text{Pax}$

Excursion + circuit + visites : $50000 \text{ DA} / \text{Jours} = 50000 \text{ DA} / 30 = 1800 \text{ DA} / \text{Pax}$.

Le prix de revient = Total prestation ATV

P R : $700 \text{ DA} + 600 \text{ DA} + 1800 \text{ DA} = 3100 \text{ DA} / \text{Pax}$

- **Le prix de vente :**

- **Calcul de la Marge bénéficiaire 15%**

Marge bénéficiaire = $3100 \text{ DA} \times 15\% = 465 \text{ DA}$

- **Le prix de vente = $3100 \text{ DA} + 465 \text{ DA} = 3565.00 \text{ DA}$**

Prix de vente/ pax = 3565.00

Conclusion du chapitre

Le village traditionnel de Kabylie Ath El Kaid représente un patrimoine inestimable, par Conséquent, un héritage à préserver. Ce patrimoine bâti représente le génie des savoirs faire de nos ancêtres. La sauvegarde de ce legs est plus qu'indispensable, devenue au temps présent de vraies références en termes de production spatiale.

Le village D'AITH EL KAID, où les habitants font preuve d'attachement à leurs traditions et cultures reflète un savoir-faire ancestral intégré parfaitement à la forme et à la topographie du terrain sur lequel il est bâti, ainsi que le climat de montagne assez rude. Ces maisons ont su répondre aux exigences de l'homme qui les habitent, à son mode de vie, à son mode socio-économique et socioculturel car les techniques constructives qui le constituent ont toujours composé avec l'environnement, matériaux locaux naturels, cout faible et conforme comme la terre, la pierre, le bois, la paille et autres.

Cependant, arrivé au terme de son cycle, la maison kabyle est entièrement recyclée : ce qui incite une prise en charge par l'Etat afin de conserver son ancienne architecture et porter des aménagements à ce territoire, car nous avons observé l'état de dégradation avancé dans lequel se trouve le village AITH EL KAID, causé par un dépeuplement accentué et par les aléas naturels.

Dans la perspective d'intervention permettant sa valorisation, il est nécessaire de tenir compte de particularités recensées pour amorcer un processus de patrimonialisation intégré pour rendre ce site plus attractif.

Conclusion générale

La qualité des biens et services demandés par les touristes est variés et concentrée dans certaines régions et périodes de l'année

L'offre touristique varie ses produits substituables et mixtes qui doivent être renforcés par une bonne formation qui permet la mise en place de produits touristiques de qualité.

Il faut dire qu'aujourd'hui la « consommation touristique » connaît une révolution dans les pays émetteurs, en ce sens que le touriste privilégie plutôt des destinations, des produits touristiques durables. Des villes très touristiques mettent en place des mesures pour ralentir la fréquentation touristique.

De nouvelles formes de tourisme sont en train d'apparaître et de se consolider. Celles-ci proposent une meilleure intégration des visiteurs aux lieux qu'ils parcourent, aussi bien d'un côté plus culturel que d'une manière plus active, avec toujours la volonté de passer du bon temps en découvrant ces territoires.

Dans ce contexte, et comme nous l'avons suivi la wilaya de Tizi-Ouzou est un pays aux ressources infinies. La faune et la flore chatoyantes, peu endommagées, en font l'une des régions les mieux préservées du nord de l'Afrique. Le cadre environnemental dans lequel s'inscrit l'Algérie est à la fois montagneux, balnéaire et saharien. Autant d'éléments qui permettent à tout type de touriste ou de voyageur de trouver son bonheur. Cependant, un élément essentiel reste à préserver : le caractère discret et authentique de l'Algérie.

Une wilaya dont les ressources et le patrimoine sont naturellement très riches. Beaucoup de lieux ont été conservés dont le patrimoine culturel de village Ath El Kaid. Un patrimoine à valoriser.

Cependant, le village est en états désastres ce qui nécessite d'envisager certains travaux de restauration et de préservation du site par l'intermédiaire d'écoles d'urbanisme, et d'art, pour sa mise en état. Sa préservation permettra de mieux comprendre le mode de vie de cette région et de sa richesse à travers les temps, mais aussi d'attirer une part importante de touristes locaux ou internationaux.

Bibliographie

Bibliographie

Ouvrages

1. BOYER Marc, Histoire générale du tourisme, du XVIe au XXIe siècle, Paris, L'Harmattan, 2005.
2. BRIERE- CUZIN. F, Méthodologie touristique, les techniques d'organisation des visites en France et à l'étranger, édition Bréal, Paris
3. CIOTOLA. C, PAQUET. R, Guide des forfaits, ministère du tourisme du Québec, ministère des approvisionnements et services du canada, Québec, 1989.
4. DE LA ROCHEFOUCAULD Béatrice, Economie du tourisme, édition, Bréal, 2007.
5. DUBOIS Annie, Economie du tourisme, Édition Casteilia, 2005, Paris, p. 131
6. FONTAINE René, Restaurer, aménager, préserver. La maison de pays. Seghers, 1977.
7. France.
8. FROCHOT Isabelle, LEGOHEREL Patrick, Le marketing touristique, 4eme édition, Dunod, Paris, 2018.
9. FROCHOT Isabelle, LEGOHEREL Patrick, Marketing du tourisme, 2e édition, Dunod, paris, 2010.
10. HOERNER Jean Michel, Géographie de l'industrie touristique, Édition marketing, S.A, 1997.
11. JEFFRIES. D-J, Defing the tourist Product and its importance in tourism marketing, edition, BACHT, 1999.
12. LANQUAR Robert et HOLLIER Robert, 1996, Le marketing touristique, que sais-je?, Presse universitaires de
13. MES PLIER Aline,. BLOC-DURAFOR Pierre, Le tourisme dans le monde, édition Bréal, France, 2005.
14. Mr, Audoux. Hôtel théorie et pratique, édition Jack Lahore France.
15. ORIGET DU CLUZEAU Claude, Le tourisme culturel, 1re édition, DE Boeck, Paris, 2013.
16. PASQUALINI J-P, JACQUOT.B, Tourisme, édition, Dunod, 1989
17. PASQUALINI. J-P,JACQUOT. B. Tourisme, organisation, économie et action touristiques, édition Dunod,
18. Pierre, py. Le tourisme un phénomène économique, nouvelle édition, la documentation française, 2002.
19. PY Pierre, Le tourisme un phénomène économique, les études de la documentation française paris, 1996.
20. SIMON Anthony, Tourisme fondamentaux et techniques, Dunod, Paris, 2019.
21. SIMON Anthony, Tourisme Fondamentaux et techniques, Dunod, Paris, 2019.

Bibliographie

22. STRAVRAKIS. D, Le phénomène touristique international, éditions d'aujourd'hui, Paris, 1979,
23. TOQUER Gérard, ZINS Michel, Marketing du tourisme, Edition ESKA, S.A.R.L. 1987.
24. TOQUER Gérard, ZINS Michel, Marketing du tourisme, édition GNE, 1999.

Revues

1. **Economic Review of world Tourism**, 1988, p.72
2. Silberberg, T, Cultural Tourism and Business Opportunities for Museums and Heritage Sites, Revue Tourism Management, 16, 1995, p 361-365.

Thèses et mémoires

1. ALILI Sonia, Guide technique pour une opération de réhabilitation du patrimoine architectural villageois de Kabylie, mémoire de magister en architecture, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou,
2. Amar Aïs. Pour une nouvelle gestion de la croissance des établissements humains. Exemple d'un village de montagne. Mémoire magistère encadré. 2003.
3. KESSI SABRINA, AIT EL KAID : Valeurs patrimoniales et savoirs faire, mémoire de en architecture ville et patrimoine, UMMTO.
4. MechtoubAkli, Environnement social et habitat en milieu villageois le cas de TaourirtMokrane en Kabylie, mémoire de magister en civilisation en socio entomologique, UMMTO, 2009.
5. Ouahiba ALIANE A et Mohamed Brahim SALHI, Savoir-faire vernaculaires du village traditionnel Kabyle : Aït El Kaïd, présenté par, Département d'architecture de l'université de Tizi-Ouzou.
6. Rekkis, Mounir. « Le tourisme culturel dans la wilaya de Bejaia, réalité et perspectives», Mémoire de fin d'étude, Ecole National Supérieure du tourisme, Alger, 2010.

Dictionnaires

1. Tourisme. **Définition Encyclopédie Universalise**, octobre, 2005.

Web graphie

1. <https://fr.statista.com/themes/9823/les-destinations-touristiques-mondiales/>

Bibliographie

2. <https://www.dcwztiziouzou.dz/fr/index>.
3. **Services de tourisme**, [http://www.wto.org/french/tratop_f/tratop_f.htm], (23 février, 2001).
«Voyage » dans wikipédia, l'encyclopédie libre, [<http://FR.wikipedia.org/wiki/voyage>].

Autres documents:

1. Document de la Direction de la Pêche et des Ressources Halieutiques tizi-ouzou.
2. Fiche technique. D4 couverture de tuiles rondes. Algérie. Architecture traditionnelle méditerranéenne, Corpus. Euromed héritage.
3. Guide technique pour une opération de réhabilitation du patrimoine architectural villageois de Kabylie : mémoire de magister en architecture, Présenté par Melle ALILI Sonia, Université MOULOUD MAMMERI de Tizi-Ouzou.
4. Le (PPSMVSS) du village d'AIT EL KAID
5. Le guide de procédure pour un circuit ou une route, agrotourisme au Québec, 2003.
6. Les services de l'APC d'AgouniGueghrane
7. Organisation national du tourisme, (ONT).
8. Programme de marketing pour l'industrie touristique canadienne, Maclean Hunter litée et tourisme Canada, Ottawa, 1986.

Journal officiel

1. Loi N° 03-01 du 16 Dhou EL Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relative au développement durable du tourisme.
2. La loi 98-04 relative à la protection du patrimoine

Annexes

Annexes

Annexes n°01 : Ressources touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou

Tourisme vert: Forêt de Yakourene



Patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou



Le tourisme urbain



Annexes

Tableau n°02 : Les activités touristiques dans les communes de Tizi-Ouzou

Communes	Potentialité	Appellation	Localisation	Accessibilité	OBS
Ain El Hammam	Potentialité Culturelle	Tombe de Si Mohand Oumhand	L'entrée de Michelet	Accessible	//
Agouni Gueghrane	Potentialité Culturelle	village Ait El Kaid	Ait El Kaid	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	la caserne militaire	Agouni Gueghrane	Accessible	//
	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Tamda Oussarghi * La Grotte d'Anou * Le Roché du Corbeau * Le Piton * Village Ait Ergane * Grotte de l'ogresse (Ifri Tariel)	* Ait el Kaid * Agouni Gueghrane * Tafsa Boumad * Agouni Gueghrane * Ait Ergane * Ait el Kaid	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
Ifigha	Potentialités Touristiques et Naturelles	Anciens villages	Aourir et Moknea	Accessible	anciennes maisons kabyles
	Archéologiques et Historiques	Ifri N'Dlal	Ifigha	Accessible	grotte creusée sur rocher environ 100 m ² comportant écriture en lettre lybrique (berbère)
	Potentialité Culturelle	Ahmed oulkadi achallam	Achallam	Accessible	Tableau d'Ahmed Oulkadi
Azeffoun	Archéologiques et Historiques	* Ruines romaines * Allées couverts * Stèles et monuments historiques	* Azeffoun village * Village Ait-Rhoua * Au niveau des villages	//	//
	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Plage les Caroubiers * Plage du Centre Ville * Plage Sidi-Khelifa	* Nord-Ouest de la ville * Nord de la ville * Nord-Est de la ville	Accessible	//
Yakourene	Archéologiques et Historiques	Tagma	Tagma (forêt Akfadou)	Accessible	Poste de commandement de la wilaya III, pendant la révolution 1954-1962
Ait chaffa	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Petit Paradis * Sidi-khelifa * Tala Tikit * Fontaine	* Idjermnane * Tazaghart * Tazaghart * Boukhrouf	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Ex : SAS * Ex : SAS * Stèle et village	* Tazaghart * Ait chaffa * Tigrine	* Accessible * Accessible * Inaccessible	//
Akerrou	Archéologiques et Historiques	* Ruines romaines	Tamgout akerrou	* Accessible	//
Ait Mahmoud	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Barrage Taksebt	RN 30	* Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Quartier Général du Colonel Krim Belkacem	Village Tizi-n-Tlakht	Accessible	//
Beni-Yenni	Archéologiques et Historiques	* Mosquée de l'ère Turcs	Taourirt Mimoun	//	//
Sidi Naamane	Archéologiques et Historiques	* Phare Bordj-Sebaou * Zaouia	* Bordj-Sebaou * Zaouia	* Inaccessible * Inaccessible	* En état de dégradation avancé * dégradé

Annexes

Irdjen	Potentialités Touristiques et Naturelles	Les Berges du Barrage Taksebt	Localité Taksebt	Accessible	//
Aghribs	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Bois des Aghribs *Forêt de Tamgout	*Aghribs *Tamgout	*Accessible *Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	*Maison ancestrale du Chahid Didouche Mourad *Maison ancestrale de Mohammed Iguerbouchene *Maison ancestrale de la chanteuse H'nifa *Maison ancestrale du peintre M'hamed Issiakhem *Maison ancestrale de cheikh Nador *Mausolée Tazrout (Sidi yahia El Kemadi). *Ancienne caserne d'ait ouchène (720) *Ancienne caserne coloniale d'Aghrib *Petit local du souk Aghribs où se réunissaient les chefs historiques (avant 1954) de la révolution	*Ibsekriene *Ait-ouchene *Ighil mahni *Taboudoucht *Nador *Tazerout *Ait Ouchene *Aghribs *Aghribs	Accessible	*Tour Daouark Tamgout *Chaudières de charbon de Tamgout *Divers lacs et zones humides
Bouzuène	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Forêt Akfadou.	Nord de la Commune	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	*SAS	Bouzuène Centre	Accessible	//
Tirmitine	Archéologiques et Historiques	*Site de l'époque romaine. *Guérites de l'Armée française à Tzrout et agouni ou zaroudh *Cité (avec guérite). *Ifri ou Megdoul.	*Laksar *Laksar *El bordj *Megdoul	*Accessible *Accessible *Accessible *Accessible	//
Illoula Omalou	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Montagne	Entre Mezeguene et Abourghes	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	*Azerou melloulene *Agouni Tizi *Ifri Ait lahcene	*Abourghes *Ait Aziz *Ait Lahcene	*Inaccessible *Accessible *Accessible	//
Souamaa	Archéologiques et Historiques	Zaouia Cheikh Amokrane.	Souamaa	//	//
Idjeur	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Sidi Elhadi *Thala kitane	*Village Bouaouene *Village Mehaga	*Accessible *Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	*PC de la wilaya III historique	*Nord Est de la Commune	*Accessible	Appelé "PC Amirouche"
Beni Zekki	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Thaziverth *Azerou N'boubrahim (La main de Lalla Fatma) *Grotte de Neige	*Beni Zikki *Berkis *Col Chréa.	*Inaccessible *Accessible *Inaccessible	*Nécessite ouverture de piste *Nécessite ouverture de piste
	Archéologiques et Historiques	*Ifri N'marza *Ighouladh *Wannari.	*Adardar *Adardar *Wannari	*Accessible *Accessible *Inaccessible	*Nécessite ouverture de piste

Annexes

Drâa El Mizan	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Barrage N° 04. * Hammam Sidi Aissa * Forêt Moula Yahia	* Cité Barrage * Tazrouit Sidi Aissa * Village Kerouane Henia	* Accessible * Accessible * Accessible	* Situé près d'un site rupestre * Hammam curatif
	Archéologiques et Historiques	* Site rupestre d'Azrou N'tamarth	Village Azrou N'tamarth	Accessible	Situé près du barrage N°04
Iferhounène	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Pic d'Azrou Nthor * Thala Meloulene * Parc national de Djurdjura	* Sud de la commune d'Iferhounene * Entre les villages Ait Atsou et Tirourda. * Sud de la commune d'Iferhounene	* Accessible * Inaccessible * Accessible	* 1900 m d'altitude * source de l'Oued SEBAOU
	Archéologiques et Historiques	Thakhalwith de Lalla Fatma N'soumeur	Village Soumeur	Accessible	La demeure historique de Lalla Fatma N'soumeur
Illiten	Potentialités Touristiques et Naturelles	Azrou N'Thor	Azrou N'Thor	Accessible	Site touristique et lieu des fêtes traditionnelles "Assensi"
	Archéologiques et Historiques	Assensi dans les 11 Villages : * Tagurt Tezgui * Tizinkoucht * Ldjemâ Imazouagh * Sidi Hand Ouadjnak * Sidi El Bachir * Sidi Vouroudha * Oulkadi * Sidi Hand Ouabdellah * Bouchiker * Ldjamâ Guegni * Vouthaka.	* Tizit * Taourirt Amrous * Azerou * Ihadadene * Ait Adellah * Ait Sider * Tifilkout * Taghzout * Ait Aissa * Zoubga * Iguefilene	//	Lieux de visite et de fêtes traditionnelles qui se déroulent entre Juillet, Août, Septembre.
Makouda	Potentialités Touristiques et Naturelles	Achrouf "N'Siwen"	Culmine le chef lieu de la commune	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	Le vieux village berbère abandonné d'Ichikar situé quelques mètres du mont "Achrouf N'Siwen"	Makouda "Achrouf N'Siwen"	//	//
Boudjima	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Chria * Aguemoun	* Nord de chef lieu de la commune * Village Yaffadjén	* Accessible * Accessible	* Site naturel * Aguemoun, pic qui abrite des restes des chahids calcinés par la napalm pendant la guerre de libération, sur le pic une tombe d'un saint du village.
	Archéologiques et Historiques	* Azerou Imyuzen * Tissira Otman * Lafayer * Ifri Bouali * Tikatine * Tissira L'tnin * Sidi Yahia	* Village Tarihant * Village Tarihant * Village Tarihant * Village Tikaatine * Village Ichetouanene	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	* Les sites contiennent des dessins pré historiques * Lafayer un ancien village berbère * Tous ses sites ne sont ni classés ni préservés.
Ouacif	Potentialités touristiques et naturelles	* Tharga	* Tiguemounine	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Prison coloniale cellule (21)	* Tikichourt	Accessible	//

Annexes

Ait Toudert	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Kouriet	*Tizi Mellal	//	//
	Archéologiques et Historiques	*Kouriet * Ifrizem * Tala N'taka * Assiakh * Iguezfan	*Tizi Mellal *Ait Abdelouahab *Iguez Adloune *Agouni Fourou *Agouni Fourou	//	//
Ait Boumehdi	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Aswel *Ifri Smedhen *Igounane *Agouni Athmane	*Timeghras *Ait Abdellali *Ait Agad *Timeghras	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Ighaladhen * Athmadhi	*Ait Agad *Timeghras	* Accessible * Accessible	//
Ait Aissa Mimoum	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Forêt Vouchouva * Forêt Aghriv village Igbouchene * Col Anzathen * Col Sidi Slimane *Plans d'Eau (barrage) Oued Sita	*Village Akaoudj et Boussouar *Village Ig-bouchene et Ait-brahem haut *Village Igounane ameur * Village Tahanouts et Boussouar * village Akaoudj *Village Levdhahi *Village Mendjah	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	*Ex siège APC *Fontaine d'eau vge Mendjah		* Accessible * Accessible	*Patrimoine colonial *Réalisé par les turcs
Timizart	Potentialités Touristiques et Naturelles	Agouni Temliline	Agouni Temliline	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	Village ancien Mira	Village ancien Mira	Accessible	Maison traditionnelles
Tigzirt	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Port de Pêche et de Plaisance. * Plage Tassalast * Grande Plage *Plage Feraoun	Tigzirt	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Ruines Romaines * Basilique Chrétienne *Camp Frères Abdelkader	Tigzirt ville	//	//
Iflissen	Archéologiques et Historiques	* Monument * Ameqias	Village Taksebt	Accessible	Ruines romaines
Mizrana	Archéologiques et Historiques	* Timzguida *Tabourth N'Mhend Ouhend *Tabourth Ouzaghar.	*Ait -Said *Ait -Said *Azroubar	*Inaccessible * Accessible * Accessible	//
M'kira	Potentialités Touristiques et Naturelles	Forêt nommée Voudir	Village Imaandene	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Prison coloniale * La maison natale du colonel Ali Mellah *Poste militaire colonial (SAS) *Le ravin des martyres	*Chef lieu de la commune Tighuilt bougueni * village Imelahene * chef lieu de la commune « Tighuilt Bougueni »	//	//
Ait Oumalou	Potentialités Touristiques et Naturelles	Parcours	Arous	Accessible	Il s'agit d'un site naturel représenté par la forêt, la rivière appelée communément thassifh n'arous

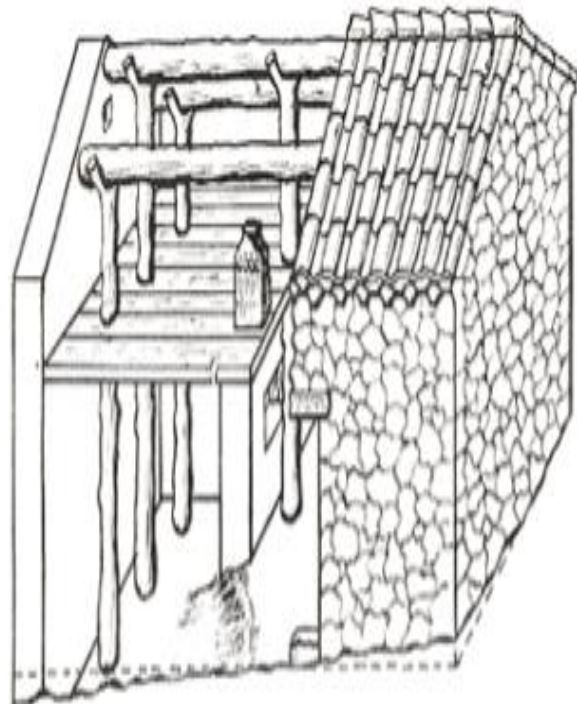
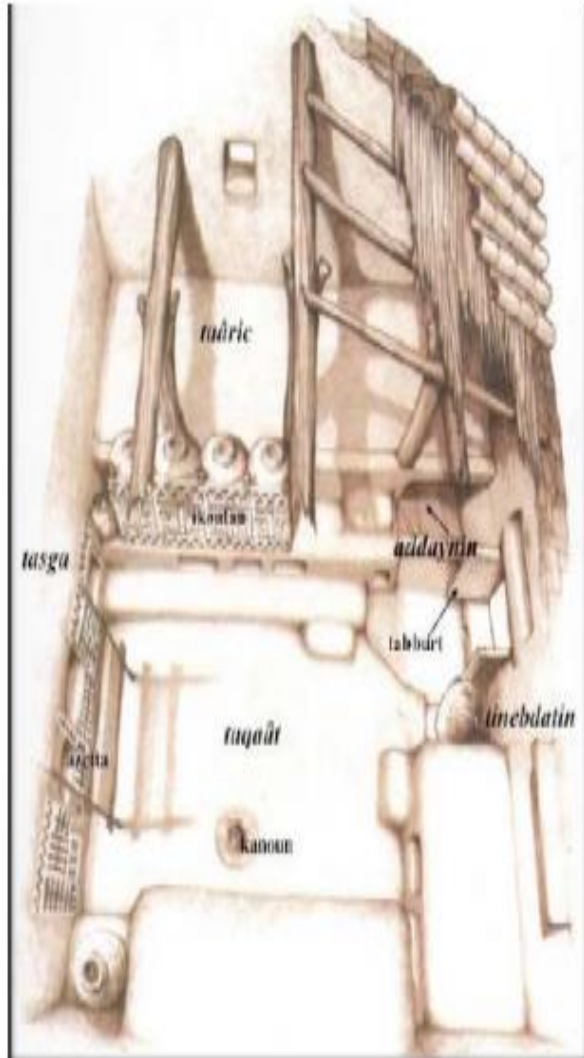
Annexes

Ouaguenoun	Archéologiques et Historiques	* Habitat ancienne * Habitat ancienne * Habitat ancienne * Moulin à huile	* Azib-Oufella * Ihdikaouane Oufella * Tamda * Ighzer Temda	//	//
Ouadhias	Archéologiques et Historiques	Monument	Ouadhias centre	Accessible	Bon état
Tizi-Rached	Potentialités Touristiques et Naturelles	Sidi khelifa	Village Iboudrarene	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Sidi Ali Cherif * Tazerouts El Fatiha * Takerabt Sidi Seklaoui	* Village Igounane * Village Tala -Amara	* Accessible * Accessible	//
Mechtras	Potentialités Touristiques et Naturelles	Tala Uguelid (source)	Mechtras	Accessible	Site nécessite un aménagement
	Archéologiques et Historiques	* Djema Tmaamart * Tala uguelid	Mechtras centre	Accessible	* Très ancienne école coranique * Source naturelle (Ain Soltan)
Akbil	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Forêt d'Ait Ouabane	* Village Ait Ouabane	//	//
	Archéologiques et Historiques	* Grotte du Macchabé	A 1km 400 du village Akoudj (Sud-Est)	Accessible	Macchabé depuis 8 siècles non aménagé accès accidenté très dangereux
Ait Khelili	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Tizi-Ali * Fiwane	* Ait kheir * Tizi-Bouamane	* Accessible * Accessible	Nécessité aménagement
	Archéologiques et Historiques	Izemourene	Sahel	Accessible	Fête 23 Mars
Abi-Youcef	Archéologiques et Historiques	Maison Lalla Fatma N'soumeur	Ouerdja	Accessible	//
Mekla	Potentialités Touristiques et Naturelles	Montagne et Oued	Djemaa Saharidj	Accessible	//
	Archéologiques et Historiques	* Ruines Romaines	Djemaa Saharidj	Accessible	//
Azazga	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Forêts Canton ZRAIEB	Est de la commune le long RN 12 allant vers Yakourene	Accessible	Création de zone de loisirs
Beni-Aissi	Potentialités Touristiques et Naturelles	Air de repos	Barrage Taksebt	Accessible	//
Iboudrarene	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Agouni Lahoua. * Parc National du Djurdjura	* Iboudrarene * Iboudrarene	* Accessible * Accessible	//
Assi-Youcef	Potentialités Touristiques et Naturelles	* Thaburth laansar * Laansar Ameziane et Laansar Amokrane * Thadarth Oufella * Thimsifh	* Parc national du Djurdjura /Ait El Hadj * Timsifh * Thadarth Oufella * Thimsifh	* Accessible * Accessible * Accessible * Accessible	//
Tadmaït	Potentialités Touristiques et Naturelles	Montagnes de Sidi Ali Bounab.	Sommet de la montagne	Accessible	//
Imsouhal	Potentialités Touristiques et Naturelles	Timezguidha	Timezguidha	Accessible	//

Source : <https://tizi-ouzou.mta.gov.dz/fr/nos-sites-touristiques/>

Annexes

Annexes n°03 : : Les composants d'Axxam du village Ath El Kaid



①



②

Annexes

Annexes n°04 : Des murs réalisés en pierre



Annexes

Annexes n°05 : Vue représentant les piliers



Annexes n°06 : Evacuation ou tazuligt



Annexes

Annexes n°07 : Toitures du village ath El Kaid

Toiture en terre



Arraf



Toiture en tuile



Annexes n°08: photo illustrant l'entrée de la maison.



annexes n°09 : entrée d'Addaynin.

.

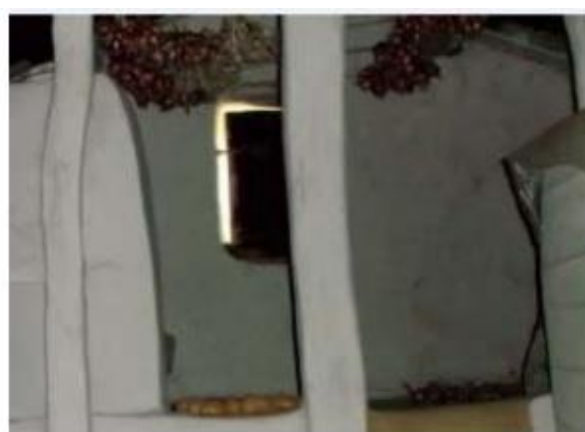


annexes n°10: Vue représentant le terrain rocheux

Annexes



annexes n°11 : vue sur Anmar.



annexes n°12: Ouverture sur le toit et au niveau de taârikt.

Table des matières

Remerciement	
Dédicaces	
Liste des abréviations	
Liste des figures	
Sommaire	
Introduction générale.....	1
Chapitre I : Généralités sur le tourisme culturel.....	6
Introduction	7
Section 01 : Généralité sur le tourisme	8
1.1. Aperçu historique du tourisme	8
1.1.1. Le tourisme pendant l'antiquité et le moyen âge.....	8
1.1.2. L'évolution du phénomène touristique de 15 ^e au 18 ^e siècle.....	8
1.1.3. L'évolution du secteur touristique entre 1800 et 1950	9
1.1.4. L'explosion contemporaine	9
1.2. Définition de concept concernant le tourisme	10
1.2.1. Définition du tourisme.....	10
1.2.2. Définition du voyage	11
1.2.3. Définition du touriste.....	11
1.3. Les différentes formes de tourisme	11
1.3.1. La forme classique.....	11
1.3.1.1. Le tourisme balnéaire.....	11
1.3.1.2. Le tourisme sportif.....	12
1.3.1.3. Le tourisme gastronomique et vinicole.....	12
1.3.1.4. Le tourisme ludique	12
1.3.1.5. Le tourisme culturel	12
1.3.1.6. Le tourisme scolaire.....	13
1.3.1.7. Le tourisme culturel	13
1.3.1.8. Le tourisme industriel	13
1.3.2. Les formes contemporaines	13
1.3.2.1. Le tourisme libre	13
1.3.2.2. Le tourisme organisé.....	13
1.3.2.3. Le tourisme de masse.....	13
1.3.2.4. Le tourisme rural.....	13

Annexes

1.3.2.5. Le tourisme écologique	13
1.3.2.6. Le tourisme urbain	14
1.4. L'importance du tourisme dans le monde	14
1.5. Le tourisme moteur de l'économie.....	15
Section 02 :Le tourisme culturel	15
2.1. Le patrimoine culturel	16
2.2. Définition du tourisme culturel	16
2.3. La relation entre patrimoine et tourisme	17
2.4. La mise en valeur du patrimoine culturel	18
2.5. Le patrimoine et la communication.....	18
Conclusion de chapitre	19
Chapitre II : Le patrimoine touristique : Elément de valorisation du tourisme culturel	20
Introduction	20
Section 01 : Eléments de définition des produits touristiques	21
1.1. Produits touristiques : concepts et caractéristiques	21
1.1.1. Définition du produit touristique	21
1.1.2. Les caractéristiques du produit touristique	22
Le produit touristique est fortement basé sur la qualité environnementale, culturelle et sociale. Créer des produits de tourisme durable relève d'une démarche qui exige du temps, une réflexion approfondie (notamment sur les répercussions) et des investissements un peu plus lourds que dans le cas d'une opération classique. Les objectifs principaux à prendre en compte restent la satisfaction du client et le déclenchement de sa décision d'achat. Si, comme le dit André Gide, « tout choix est une élimination », il s'agira de trouver des moyens d'incitation pour orienter la demande de produits touristiques vers ceux qui sont respectueux des principes du tourisme durable et rejeter ceux qui ne respectent pas certaines normes ou chartes.	
Le client est, et reste, moteur en matière de développement touristique, puisqu'il est à l'origine de la création de produits touristiques offerts par les opérateurs. On peut imaginer qu'une boucle itérative relie ces deux catégories d'acteurs, le point de départ étant le client.	
1.2. Les éléments composant un produit touristique	23
1.2.1. L'environnement immédiat	24
1.2.2. La population locale	24
1.2.3. L'animation et l'ambiance	24
1.2.4. Les équipements collectifs de loisir.....	25
1.2.5. Les structures d'hébergement, de restauration et l'appareil commercial	25

Annexes

1.2.6.	Les infrastructures de transport	25
1.2.7.	L'image de marque d'un produit touristique	26
1.4.	Les services touristiques.....	27
1.4.1.	Les spécificités des services touristiques.....	27
1.5.	Les mécanismes de prise de décision pour un produit touristique	30
1.5.2.	Décision relevant d'un processus extensif.....	32
1.5.3.	Processus de décision limité	33
1.5.4.	Processus de décision routinier.....	33
1.5.5.	Processus impulsif	33
Section 2 : La conception d'un produit touristique		34
2.1.	La simultanéité de la production et de la consommation	34
2.2.	Les prestataires touristiques	34
2.2.1.	Les transporteurs.....	34
2.2.2.	Les différents modes d'hébergement et de restauration	35
2.3.	Les producteurs et vendeurs de voyages	35
2.3.1.	Les Tour-opérateurs.....	35
2.3.2.	Les agences de voyages	35
2.4.	Le voyage à forfait	36
2.5.	Le circuit touristique	37
2.5.1.	Définition d'un circuit touristique	37
2.5.2.	Le montage d'un circuit touristique.....	37
2.5.3.	Structure du circuit	37
2.5.4.	Les étapes de montage de circuit	38
Conclusion de chapitre		39
Chapitre III : Le tourisme culturel à Tizi-Ouzou : Cas de village Ath El Kaid		40
Introduction		41
Section 01 : La monographie de la wilaya de Tizi-Ouzou		41
1.1.	Historique	41
1.1.1.	Période de la conquête arabe de l'Afrique du nord	42
1.1.2.	Période ottomane	43
1.1.3.	Période de l'occupation français.....	44
1.2.	Les données Géographies	47
1.3.	Le relief de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	47

Annexes

1.3.1.	La chaîne côtière.....	47
1.3.2.	Le massif central.....	48
1.3.3.	Le relief de Djurdjura	49
1.4.	La pêche	49
1.5.	L'offre touristique de Tizi-Ouzou	50
1.5.1.	Les ressources touristiques	51
1.5.2.	Le tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou	52
1.5.3.	Les contraintes liées à la promotion du patrimoine culturel dans la wilaya de Tizi-Ouzou	53
Section 02 : Conception d'un produit touristique à thème culturelle, cas village Ath Elkaid .		54
2.1.	Aperçu et historique du village « Ath El Kaid »	54
2.1.1.	Situation.....	55
2.1.2.	Accessibilité.....	56
2.1.3.	Processus de formation et de transformation « d'AITH EL KAID »	56
2.1.3.1.	La période avant la conquête française (jusqu'à 1857).....	56
2.1.3.2.	La période coloniale (1857-1962).....	57
2.1.3.3.	La période de l'indépendance (après 1962)	57
2.1.4.	Lecture de l'état actuel des lieux du village	57
2.1.5.	Entités constituant le village.....	58
2.1.6.	Infrastructures de déplacements (voies)	59
2.1.7.	Autres éléments (espace commun)	60
2.2.	Composition de la maison kabyle ou Axxam à Ath El Kaid.....	62
2.5.1.	Techniques de construction	66
2.5.2.	Les fondations.....	67
2.5.3.	Les éléments porteurs	67
2.5.4.	Les revêtements	68
2.5.5.	Le seuil ou amnar	69
2.5.6.	La porte d'entrée ou tabburtbbwakham.....	69
2.5.7.	Les évacuations ou tazuligt.....	70
2.5.8.	Les ouvertures.....	70
2.5.9.	Le toit (sqef)	71
2.5.10.	Toitures en tuiles	72
2.6.	Proposition d'un circuit touristique à Ath el kaid	72
2.6.1.	Formalisation du circuit.....	73

Annexes

2.6.2. Déroulement du circuit	73
Conclusion du chapitre.....	75
Conclusion générale	76
Bibliographie	78
Résumé.....	100

Résumé

Le sujet de ce mémoire concerne la mise en valeur du patrimoine culturel dans le développement d'un produit touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

En effet le patrimoine culturel dans cette région est multidimensionnel, le nombre de lieux et des sites à caractère culturel est plus ou moins souligné en fonction des désirs des visiteurs locaux. A ce titre, ces lieux attirent des visiteurs qui sont attirés par un but culturel.

La proposition pour cette étude appliquée, descriptive et qualitative c'est la possibilité d'exploiter ce riche patrimoine sous une forme plus pratique dans le contexte de tourisme

Culturel et dans le but de viser une clientèle de l'extérieur.

A travers d'une étude de la littérature et de l'analyse du terrain, nous avons constaté que ce fort potentiel est adéquat à notre proposition. Cette découverte nous conduit à nous interroger sur la pertinence du tourisme culturel qui peut avoir par la suite de fortes conséquences positives dans la région. Trois axes de développements sont alors envisageables : d'un côté diversifier l'offre touristique dans la région, participer au développement de l'économie locale et enfin accroître le nombre de touristes. De ces trois stratégies, découlent des propositions concrètes que les acteurs du tourisme de la wilaya de

Tizi-Ouzou doivent prendre comme des recommandations afin, de maintenir, de développer et surtout d'améliorer leur activité économique tout en préservant ce tourisme dans un Cadre exceptionnel.

Mots clé : Tourisme - Tourisme culturel - patrimoine culturel

Summary

The subject of this dissertation concerns the enhancement of cultural heritage in the development of a tourist product in the wilaya of Tizi-Ouzou.

Indeed, the cultural heritage in this region is multidimensional, the number of places and sites of a cultural nature is more or less emphasized depending on the desires of local visitors. As such, these places attract visitors who are attracted by a cultural purpose.

The proposal for this applied, descriptive and qualitative study is the possibility of exploiting this rich heritage in a more practical form in the context of tourism.

Cultural and with the aim of targeting an external clientele.

Through a study of the literature and analysis of the field, we found that this strong potential is adequate for our proposal. This discovery leads us to question the relevance of cultural tourism which can subsequently have strong positive consequences in the region. Three areas of development are then possible: on the one hand diversify the tourist offer in the region, participate in the development of the local economy and finally increase the number of tourists. From these three strategies, concrete proposals emerge that tourism stakeholders in the wilaya of

Tizi-Ouzou must take recommendations in order to maintain, develop and above all improve their economic activity while preserving this tourism in an exceptional setting.