

*599566 Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Ministère de l'Enseignement Supérieur de la Recherche Scientifique
Faculté des sciences Economiques, Commerciales
Et des Sciences de Gestion*



Mémoire de fin de cycle

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

Thème

*Le rôle des associations touristiques dans le
développement de tourisme de montagne.
Cas des associations de tourisme de montagne de la
wilaya de Tizi-Ouzou.*

Encadré par : Mr. KHEDACHE SAMIR.

Réalisé par :

TALEB Tahar

ZIANI Youcef

Promotion 2020

Remerciements

Nous remercions dieu, le tout puissant de nous avoir donné la volonté et la patience nécessaire pour accomplir ce travail.

Tout travail de recherche n'est jamais l'œuvre d'une seule personne.

A cet effet, nous exprimons notre reconnaissance et nos remerciements à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à l'élaboration de ce travail.

Notre première reconnaissance va à notre encadreur KHEDACHE Samir pour avoir bien voulu diriger ce travail, et qui nous a guidés, encouragé et conseillé tout au long de cette recherche.

Nous présentons nos remerciements également aux membres du jury pour avoir accepté d'évaluer ce modeste travail de recherche.

Nous remercions également tous les enseignants de l'université Mouloud Mammeri, qui ont contribué à notre formation durant tout notre cursus universitaire.

Notre reconnaissance va également à tous les dirigeants des associations touristiques de la willaya de Tizi-Ouzou.

Dédicace

Je dédie ce travail :

A deux personnes qui me sont les plus chers dans ce monde... qui mon guidé et orienté pour atteindre ce point... à vous mes parents, merci de m'avoir aidé et encouragé tout au long de ma vie, que Dieu vous procure bonne santé et longue vie.

A mon chère frère : Anis.

A mes chères sœurs : Samira, Fatiha, Farida, Souhila.

A toute la famille TALEB, SENNOUR.

A mes amis : Fahima, Aziz, Lotfi, lamine, Saadi, Aissa, Dyhia, Djazia, Fateh, Amar, Lydia, Koussaila, Fatma et Nacera.

Et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que ce projet soit possible, je vous remercie grandement.

Tahar

Dédicace

Je dédie ce travail :

A deux personnes qui me sont les plus chers dans ce monde... qui m'ont guidé et orienté pour atteindre ce point... à vous mes parents, merci de m'avoir aidé et encouragé tout au long de ma vie, que Dieu vous procure bonne santé et longue vie.

A mon chère frère : Yacine.

A toute la famille ZIANI, GAHFIF.

A mes amis : Selma, Aziz, Lotfi, lamine, Aissa, Dyhia, Djazia, Amar, Koussaila, Fatma et Nacera.

Et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin pour que ce projet soit possible, je vous remercie grandement.

Youcef

Listes des abréviations

AG : Assemblée Générale.

APC : Assemblée Populaire Communale

APW : Assemblée Populaire Wilaya

BVE : Bureau De La Vie Etudiants.

CRESS : Chambre Régional De L'Economie Social et Solidaire.

GCP : Gestion De Cycle Projet.

LNI : Larbaa Nath Irathen.

NAP : Nouvelles Activités Périscolaires.

OMT : Organisation Mondiale du Tourisme.

ONGI : Organisation Non Gouvernementale Internationale.

PNB : Produit National Brut.

PV : Procès-Verbal.

RH : Ressources Humains.

RUP : Reconnues D'Utilités Politique.

TAS : Tourisme d'Apprentissage Scientifique.

TIES : The International Ecotourisme Society. (Société internationale de l'écotourisme).

TRS : Tourisme de Recherche Scientifique.

TVA : Taux De Valeur Ajouter.

UDESS : Union Des Employeurs De L'Economie Social et Solidaire.

VTT : Vélo Tout Terrain.

Sommaire

Introduction générale.....	01
Chapitre I : Tourisme et tourisme de montagne.....	05
Section 01 : généralités sur le tourisme.....	07
Section 02 : tourisme de montagne.....	24
Chapitre II : apport des associations touristiques sur le développement de tourisme de montagne.....	37
Section 01 : Aperçu sur l'association touristique.....	39
Section 02 : lien entre les associations touristiques et tourisme de montagne.....	56
Chapitre III : évaluation du rôle des associations de tourisme dans les zones de montagne de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	69
Section 01 : Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	71
Section 02 : Démarche méthodologique de la recherche et résultats d'enquête.....	88
Conclusion générale.....	113

Introduction générale

Le tourisme est une activité économique majeure à l'échelle mondiale, tant pour les pays en développement que pour les pays émergents.

Selon l'organisation mondiale du tourisme (OMT), étant la première industrie de service avec 12 % du PNB mondial, le tourisme est considéré comme un secteur de l'économie à part entière et ouvre des perspectives d'avenir pour les nations. Il favorise l'ouverture de grands chantiers, source de création d'emplois et moteur de développement économique et social, non seulement par le tourisme en lui-même, mais aussi par l'effet d'entraînement qu'il a sur tous les domaines de l'activité économique, tels que l'agriculture, la construction, la réalisation des structures modernes et nécessaires, l'artisanat (dont les touristes sont les principaux consommateurs de ces produits), le commerce dans ses multiples formes, et surtout les services de transport, d'assurances et bancaires.¹

L'Algérie, pays riche aux potentialités touristiques, (littoral méditerranéen, montagnes, désert et patrimoine matériel et immatériel) accorde une importance à ce secteur ces dernières années, et a reçu près de 2.6 millions de touristes dont 217 millions de dollars en matière de recettes touristiques en 2019.²

L'Algérie est placée au 4ème rang des destinations d'Afrique après le Maroc, la Tunisie et l'Afrique du Sud. Tourisme balnéaire, culturel, de montagne, l'Algérie n'a pas à envier ses pays voisins qui font du tourisme la fierté et l'image de marque de leur pays.³

De son côté, la Kabylie dispose de caractéristiques géographiques favorables aux différentes formes du tourisme. La diversité des ressources naturelles étant en soi un élément susceptible de faire du tourisme une véritable manne financière pour la région. Cette réserve naturelle, culturelle et historique représente aujourd'hui une merveilleuse richesse touristique qui peut répondre à toutes les motivations que suscite l'activité touristique.

Les zones de montagne attirent chaque année de plus en plus de touristes à la recherche de l'évasion, de l'aventure et de la découverte. Les montagnes ont toujours été un sujet d'émerveillement et une source d'inspiration pour les Hommes. Leurs éloignements et la difficulté de leur accès expliquent en partie notre fascination pour ces zones naturelles uniques.

¹ l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr> consulté le 25/12/2020 à 11:40.

² l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr> consulté le 25/12/2020 à 11:40.

³ l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr> consulté le 25/12/2020 à 11:40

Les effets positifs du tourisme en zone de montagne sur le développement local peuvent accompagner d'autres effets néfastes notamment sur l'environnement si les capacités de charge des sites ne sont pas prises en considération, d'autant plus, que l'intérêt des touristes se tourne de plus en plus vers les zones relativement vierges et aux écosystèmes particulièrement fragiles.

Pour promouvoir le tourisme en zone montagneuse, il est nécessaire de mettre en évidence les rapports entre le tourisme de montagne et les associations touristiques dans les différents secteurs d'activité (tourisme ; sport de montagne ; environnement). Une association est un regroupement d'au moins deux personnes qui décident de mettre en commun des moyens afin d'exercer une activité ayant un but premier autre que leur enrichissement personnel. Le caractère désintéressé de l'activité interdit la distribution d'un bénéfice aux associés mais il n'implique pas que l'activité soit non commerciale, ou qu'elle soit déficitaire : l'objet de l'association peut être commercial (tel que la distribution de produits issus du commerce équitable), et le bénéfice peut servir à la développer.

Une association est une société de personnes et de droit privé dont l'objet social ne doit pas être lucratif. Les groupes de bénévoles constituent une forme initiale d'organisation à but non lucratif, ayant existé depuis l'Antiquité., par exemple, comptait diverses organisations, allant du club élitiste réservé aux hommes riches aux associations religieuses privées, en passant par les associations professionnelles.

Notre étude concerne le rôle des associations touristiques dans le développement de tourisme de montagne. Notre travail est conçu dans le but d'apporter des éléments de réponse à la problématique suivante :

Quel est le rôle des associations touristiques dans le développement de tourisme de montagne ?

De cette question principale découlent d'autres questions secondaires à savoir :

- Qu'est-ce que l'association touristique ? sur quoi on se base pour créer cette association ?
- Quels sont les buts de ces associations dans le domaine de tourisme de montagne ?
- Comment les associations touristiques contribuent au développement du tourisme de montagne?

Pour pouvoir répondre à toutes les questions posées précédemment. Nous avons formulé deux hypothèses permettant les axes de notre étude :

- Les associations mettent en œuvre un ensemble d'action pour favoriser le tourisme de montagne.
- Le tourisme a besoin d'une forte dynamique à volonté des adhérents de l'association pour se développer.

Dans ce cadre, l'intérêt particulier de thème que nous avons choisi revient au rôle de l'association touristique, notamment dans le tourisme et de sport et plus précisément au tourisme de montagne.

Cette étude nous permettra de démontrer le degré de valorisation de tourisme de montagne au sein des associations touristiques.

Pour réaliser cette analyse, nous procéderont à l'étude des points suivants :

- L'organisation de l'association.
- Les activités touristiques dans les montagnes.
- Le financement des associations et l'objectif de développement du tourisme de montagne

Afin de vérifier ces hypothèses, nous avons adopté la méthodologie suivante : une recherche bibliographique (document officiel, ouvrages, mémoires, revues, articles, décrets, ordonnances, et sites internet) a été consultée permettant d'exposer le cadre théorique relatif à notre objet de recherche, et une application sur le terrain à travers un questionnaire élaboré et soumis à des présidents des associations de tourisme et de sport de montagne de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Pour atteindre les objectifs tracés, et en vue d'apporter des réponses aux questions soulevées dans la problématique, nous avons choisi d'articuler notre travail autour de trois chapitres :

Le premier chapitre consacré au tourisme et tourisme de montagne ;

Le deuxième chapitre se limite à l'apport des associations touristiques sur le développement de tourisme de montagne.

Le troisième et dernier est consacré à notre enquête sur le terrain pour faire ressortir le rôle des associations touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou, dans le développement du tourisme de montagne.

Introduction

Le tourisme est une activité ancienne. Il est souvent cité comme un moyen de développement local des régions montagneuses dans de nombreux pays. Au fil des décennies, le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus. C'est ainsi que le tourisme est venu à occuper une place de choix dans beaucoup de pays.

L'apport de ce secteur à la croissance n'est pas des moindres importances: c'est une source de revenus et de recettes en devises appréciables, mais également de grands gisements d'emploi potentiels. Les zones de montagne représentent la deuxième destination touristique après les côtes et les îles, elles génèrent entre 15 à 20 % du tourisme mondial annuel, soit 70 à 90 milliards de dollars par an.¹

Il est donc nécessaire de mieux comprendre les concepts clés liés au tourisme et au développement local qui seront utiles à la compréhension de notre travail. A cet effet, nous définirons quelques concepts qui permettront de savoir qu'est-ce qu'un touriste, ce que veut dire le tourisme et quels en sont les différents types de classification, puis nous traiterons du tourisme en zone de montagne, sa clientèle, ses différentes pratiques, et enfin, nous terminerons notre chapitre par la présentation des notions relatives au développement local.

¹Tourisme et montagnes, Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagnes. Programme des nations unies pour l'environnement, France, 2011, page 11.

Section 01 : Généralités sur le tourisme.

Le tourisme a connu un essor considérable avec le développement de l'industrialisation à la seconde moitié du XXème siècle, il a été le témoin d'une évolution importante de l'activité touristique.

1. Evolution du tourisme dans le monde :

Après avoir consulté divers sites internet qui traitent de la genèse du tourisme, nous avons pu résumer l'historique du tourisme dans ce qui suit :

1.1.La naissance du tourisme :

Le tourisme existe depuis l'antiquité, depuis les premiers temps et les premières civilisations. Les grecs, les puniques, les phéniciens, les romains ou encore les pharaons avaient connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons (économiques, commerciales, curative ou encore de découverte). De 776 avant J-C à 393 après J-C, les jeux olympiques apparaissent et conduisent à des déplacements collectifs, on assiste cependant à la mise en place de diverses infrastructures d'accueil (auberges et gîtes divers).

L'empire romain va développer ces traditions et la capitale Rome se dote d'une ceinture de villas et d'autres stations pour la pratique des loisirs.

Au 17ème siècle les voyages se multiplient et les Anglais font preuve d'une grande mobilité, ils étaient les premiers à donner le nom « de grand tour » au voyage initié à leur éducation. Le but était la rencontre des vestiges des civilisations redécouvertes et mises en valeur de la renaissance (les sites archéologiques grecs et romains).

Le mot « tourisme » apparaît pour la première fois en Angleterre à la fin du 18ème siècle et son usage s'étend rapidement parmi les classes aisées et prend une nouvelle dimension, il tend son aire géographique et diversifie ses activités.

En France, le mot « touriste » apparaît pour la première fois dans le dictionnaire Littré en 1803 ; le touriste était défini, comme « un voyageur qui ne parcourt des pays étrangers que par curiosité et par désœuvrement- voyageurs Anglais en France, en Suisse et en Italie »² ;

² TESSA Ahmed « Thèse de magister : la zone d'expansion touristique outil D'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale », Tizi Ouzou 1999.

mais, qu'aux alentours de 1986 que les premières formes du tourisme moderne apparaissent, le tourisme de montagne, de thermalisme et le climatisme.

Au 19ème siècle et dans la première moitié du 20ème siècle, le tourisme connaît son réel développement, une filière économique se met progressivement en place et le tourisme se traduit par une multitude d'aménagement qui bouleverse le milieu local et crée de nouvelles dynamiques.

Le tourisme demeure cependant longtemps limité aux aristocrates et aux bourgeois, jusqu'à 1936, où les congés payés du front populaire et de la Sécurité sociale permettent à des associations de tourisme social de donner aux stations thermales un nouvel élan.

La seconde guerre mondiale marque une rupture et c'est véritablement avec les années cinquante que le phénomène touristique amorcé va s'élargir et s'amplifier pour devenir une industrie touchant l'ensemble des rouages de la société.

1.2.Le tourisme aujourd'hui :

Aujourd'hui le tourisme est devenu l'un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde ; d'après la dernière édition du Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux sont augmentées de 27% en 2015 pour atteindre 1,189 milliard d'arrivées, avec 254 millions de touristes internationaux supplémentaires par rapport aux 935 millions enregistrés en 2010.

Dans le tableau ci-dessous, nous allons présenter l'évolution du tourisme international depuis 1990, selon les données de l'OMT :

Tableau N° 01 : Evolution des arrivées touristiques internationales depuis 1990 :

2

Années	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Nombre des arriver internationales (millions d'arrivées)	435	526	674	809	935	1189 Milliard	1235 Milliard

Source : l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr> consulté le 31/12/2020 à 11:40

Ce tableau fait ressortir que le tourisme international est en permanente évolution, ce qui est dû à l'amélioration du niveau de vie des populations mais aussi au développement des moyens de transport à l'échelle internationale.

2. Définitions des concepts :

2.1. Définition du touriste :

Nous considérons comme touriste, toute personne en déplacement hors de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24 heures (ou une nuit), et de quatre mois au plus, pour l'un des motifs suivants : agrément (vacances et séjour de fin de semaine), santé (Thermalisme, thalassothérapie), missions et réunions de toutes sortes; (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestations sportives, voyage d'affaires et déplacement professionnels, voyage scolaire)³

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), 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

³ YVES Tinards, le Tourisme « Economie et management, Ediscience international », Paris, 1994, page 7

habituelle. Le visiteur est un type particulier de voyageur, de sorte que le tourisme est un sous- ensemble des voyages.

Nous considérons comme touriste toute personne qui passe une nuit au moins dans le pays visité dans le but autre que d'exercer une activité rémunérée, ces touristes peuvent être non-résidents étrangers ou des nationaux résident à l'étranger.⁴

La notion de touriste est définie en fonction du motif et de la durée du déplacement c'est d'ailleurs ce dernier critère qui permet de distinguer le touriste de l'excursionniste ou vacancier.

Tableau N°2 : Catégories de visiteurs

Durées	Désignations
Moins de 24 heures	Excursionniste
Plus de 24 heures et moins de 04 mois	Touriste
Au moins 04 jours et au plus 04 mois	Vacancier

Source : réaliser par nous-même.

2.2.Définition du produit touristique

Le produit touristique est un ensemble de services touristiques uniques qui sont assemblés pour être offerts à une clientèle ciblée. Ces services, généralement peu homogènes, interagissent entre eux et sont bien plus qu'une simple juxtaposition.

En général, il propose au moins deux prestations bien distinctes (transport, hébergement, restauration, animation), propose une thématique précise (gastronomie, aventure, etc.) et est destiné à un public ciblé.⁵

2.3.Définition de l'offre touristique

L'offre touristique constitue la deuxième variable essentielle qui rentre dans la définition du marché touristique et encourage l'augmentation de la demande et son importance quantitative en direction d'une destination touristique.

⁴ ZEGGANE Kamel, offre touristique en Algérie, cas de la Wilaya de Tizi Ouzou, thèse de magister, 1999, Page 13

⁵ SBIHI Samia et ACHERAIOUE Ouafia « essai d'analyse de l'impact socio-économique de l'activité touristique sur la commune d'Azefoun » Université de Tizi-Ouzou, faculté des sciences économique, commerciales et des sciences des gestions, 2013, p 11.

L'offre touristique est constituée par un ensemble de biens et de service proposés par un pays et consommé par des touristes. En d'autres termes, l'offre touristique englobe un ensemble de bien et service proposé au touriste pour satisfaire ses besoins d'ordre touristique. Il s'agit donc de proposer des produits touristiques compliqués à définir en raison de leur hétérogénéité.⁶

Autrement dit, l'offre touristique constitue l'ensemble des éléments naturels et culturels, matériels et immatériels dont recèle un pays et susceptibles d'attraction et de curiosité chez les touristes et tous les visiteurs.

Ces produits touristiques peuvent prendre des formes diverses : soit des ressources naturelles, ressources créées par l'homme ou encore des produits et services offerts par les entreprises hôtelières et touristiques. L'offre touristique doit être concrète et susceptible d'être consommée

2.4. Définition de la demande touristique :

Au plan économique, la demande touristique est l'addition des biens et des services consommés par les touristes nationaux et internationaux à un moment donné. Au plan quantitatif, la demande touristique se calcule donc sous la forme de billets d'avion achetés, de chambres louées, de repas consommés, etc. ; ces consommations sont comptabilisées selon des périodes fixes (jour, semaine, mois, année).⁷

La demande touristique se caractérise par sa forte concentration dans l'espace et dans le temps, ainsi que par son intangibilité et son caractère complexe et multiforme, elle nécessite la combinaison de plusieurs services tels que le transport, l'hébergement, la restauration... On ne peut pas comprendre les caractéristiques de la demande touristique sans étudier les phénomènes de concentration spatiale et temporelle des flux touristiques.⁸

⁶ **HAROUT Fatma Zohra** : « comment promouvoir le tourisme en Algérie », Université de Tlemcen, Faculté de science économique, gestion et commerciale, département science commerciale, 2012, page 36.

⁷ **SBIHI Samia et ACHERAIOUE Ouafia**. Op Cite, p 12

⁸ **STARFFORD Jean** : « microéconomie du tourisme », édition presse de l'université du Québec, 1996, p48.

2.4.1. La concentration dans l'espace :

elle est due à de nombreuses causes et elle se situe à deux niveaux : régional et local.⁹

Au niveau régional : dans ce cas, les causes de la concentration de la demande touristiques peuvent être la maturité de certaines destinations en matière touristique par rapport aux autres il existe toujours un pays qui enregistre une certaine avancée par rapport aux autres en matière touristique. Cela peut être aussi dû à une volonté politique d'opter pour l'industrie touristique tout en mettant à la disposition des touristes les équipements et les infrastructures touristiques nécessaires pour développer l'activité touristique. Le potentiel touristique dont dispose un pays peut constituer l'une des raisons principales qui influence la demande touristique.

Au niveau national : la concentration de l'activité touristique peut être liée à l'importance des sites touristiques naturels tels que les plages, les montagnes, les forêts... ainsi que l'existence d'infrastructures permettant de répondre à la demande touristique tels que les réseaux routiers, les aéroports, les ports...A cela il faut ajouter l'importance de l'existence d'une volonté (politique locale....

2.4.2. La concentration dans le temps :

L'activité touristique est généralement concentrée sur quelques mois de l'année, elle est marquée de ce fait par sa saisonnalité : cette concentration peut être liée à des raisons climatiques, sociales, scolaires ou monétaires. Là il y a lieu de distinguer entre la haute saison et la basse saison.

2.5. Définitions du tourisme :

Le mot tourisme dérive du mot latin « Tornus », qui signifie l'action d'aller et de revenir¹⁰. Le tourisme est l'ensemble des rapports et phénomènes résultants du voyage de séjour de personnes pour lesquelles les lieux de séjour n'est ni résidence principale et durable, ni lieu de travail usuel.¹¹

Pour l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT), 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

⁹ SBIHI Samia et ACHERAIOUE Ouafia : Op Cite, p 13.

¹⁰ SADOUNI et CHEBOUT : « l'écotourisme une opportunité pour le tourisme algérien, mémoire fin d'étude » ENST, 2005, page 9

¹¹ TESSA Ahmed, «la zone d'expansion touristique outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale » thèse de magister, 1999, page 18

loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme de santé). Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel à des fins de loisirs, pour affaires ou autres motifs. Il met en jeu, soit, sur le plan national soit sur le plan international des opérations de capitaux, des opérations de production et des opérations de consommation effectuées, par l'Etat, les institutions financières, les entreprises, les ménages dans un environnement où la dimension politique, sociale, culturelle et écologique est loin d'être absente. Le tourisme est un ensemble de secteurs d'activités (segments de branche qui forment la filière du tourisme) tels que le transport, l'hébergement, la restauration, les loisirs, les spectacles, le sport et les entreprises de voyages. Ce n'est donc pas une branche d'activité classique (il s'agit d'une filière) et sa mesure est difficile. De ces définitions, nous pouvons dire que « Le tourisme » est le fait de voyager dans, ou de parcourir pour son plaisir, un lieu autre que celui où l'on vit habituellement, ce qui peut impliquer la consommation d'une nuitée auprès d'un hôtelier et éventuellement la réservation de titre de transport. Initialement uniquement rattaché aux loisirs et à la santé, le tourisme englobe désormais l'ensemble des activités économiques auxquelles la personne fait appel lors d'un déplacement inhabituel (transports, hôtels, restaurants, bars, etc.)

A travers ces définitions, on peut dire aussi que le tourisme est une activité multidimensionnelle touchant plusieurs aspects.

3. Les aspects du tourisme :

3.1. Aspect économique du tourisme :

Le tourisme est une activité de prestation de service, qui implique des opérations de commercialisation et qui a un impact sur l'emploi, sur l'investissement, sur la production, sur les prix, sur la fiscalité. Il permet l'équilibre de la balance commerciale, favorise le développement régional, incite par son ampleur à un aménagement du territoire de façon plus équilibrée et enfin permet la réduction du chômage par l'intermédiaire des emplois offerts directs et indirects universellement admis dans la profession hôtelière chaque réalisation d'un lit d'hôtel donne naissance à 05 emplois.

3.2. Aspect sociologique du tourisme :

Le tourisme est une activité humaine dans la mesure où il implique une rencontre de différentes cultures et une récupération de force de travail, possibilité d'échapper à un environnement de plus agressif et pollué, récupération des forces productives, évasion,

déplacement par rapport aux contraintes de la vie quotidienne, communication entre les individus et enfin permet le changement des structures et institutions sociales du pays surtout récepteur.

3.3. Aspect environnemental du tourisme :

La nature offre au tourisme les ressources touristiques de base (la mer, les forêts, la montagne...) et le tourisme incite à la protection et la mise en valeur de l'environnement, même si la concentration de la demande touristique peut provoquer une dégradation de cet environnement.

4. Critères de classifications du tourisme :

Il n'y a pas de classifications bien déterminées du tourisme mais on peut le classer selon plusieurs critères :

Si on retient la saison comme critère, on parle de tourisme hivernal et de tourisme estival.

S'il s'agit de la destination, on distingue le tourisme national et le tourisme international, ou le tourisme balnéaire, le tourisme saharien et le tourisme de montagne.

Comme on peut se baser sur les caractéristiques du touriste (catégorie de revenu à laquelle il appartient, style de vie ou degré d'instruction).

On parle aussi, de tourisme de jeunes et de tourisme de 3ème âge, si c'est le critère âge qui est retenu.

L'organisation mondiale du tourisme (OMT) propose la classification selon les motifs de visite :

- Loisirs, détente et vacances ;
- Visite à des parents et des amis ;
- Affaires et motifs professionnels ;
- Traitement médical ;
- Religion et pèlerinages ;
- Autres.

Les loisirs, la détente et les affaires constituent les motifs de déplacement de touristes vers l'Algérie. Pour l'année 2007 le nombre de touristes étrangers selon le motif est¹² :

¹² Le schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT), livre le diagnostic : audit du tourisme Algérien, page 32, janvier 2008.

- Loisirs et détente: 326.000 touristes, soit 64% du total des touristes étrangers ;
- Affaires: 153.000 touristes, soit 30% du total des touristes étrangers ;
- Missions: 32.000 touristes, soit 6% du total des touristes étrangers

La hausse enregistrée dans le nombre de touristes étrangers a été motivée pour l'année 2007, par les Loisirs et détente soit 64% du total des touristes étrangers.¹³

Pour évaluer la fréquentation touristique, d'une région, d'un type d'hébergement ou d'un pays, on retient également deux unités de compte les arrivées et les nuitées.

Une arrivée correspond à un séjour dans un lieu défini. Toutefois ce concept, couramment utilisé pour les statistiques internationales, lorsqu'il existe des contrôles aux frontières, est sensiblement différent de celui de touriste. Ainsi, deux régions d'un même pays comptabiliseront chacune une arrivée pour un même touriste visitant ces deux régions au cours d'un même séjour. Alors que pour le niveau national ce même touriste ne sera à l'origine que d'une seule arrivée en Algérie par exemple. C'est pour cela qu'il est difficile d'agrèger les arrivées locales, au sein d'un même pays, sans risque de double-comptes et ce risque augmente proportionnellement à la taille du pays.

En revanche les nuitées (une nuitée équivaut à une nuit d'un touriste) présentent l'avantage de ne pas induire de double-comptes et constituent un indicateur statistiquement plus aisé à manipuler. En effet les durées de séjours sont très variables selon l'origine des touristes ou leurs motivations.

Pour l'année 2013, l'Algérie a enregistré 2.733.887 touristes, soit une hausse de 15,67% par rapport à l'année 2010 dont 901.642 d'étranges avec une hausse de 37.66% et d'une hausse de 5,49% pour le reste qui concerne les Algériens résidents à l'étranger.¹⁴

5. Types du tourisme :

Le tourisme est un phénomène complexe et établir une typologie des différents types de tourisme est une opération difficile qui peut aboutir à un résultat souvent partiel et restrictif.

Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte :

- Le lieu : balnéaire, rural, montagnard, national, international...
- La forme : individuelle, de masse...

¹³ Le schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT). Op Cité p 33.

¹⁴ Http// : www.Tourisme.com.consulte. 19/12/2020 à 14:20.

➤ Le but : culturel, religieux, de santé, d'affaire ...

Nous nous contenterons de citer les types les plus fréquents et les plus représentatifs tout en donnant une petite définition à chacun des types retenus.

5.1.Tourisme rural (de campagne) :

Est apparu quand les populations citadines possédaient des maisons secondaires en campagnes pour se reposer du milieu urbain, espace caractérisé par des nuisances et de stress. Par exemple : les Algérois qui viennent se reposer en campagne les week-ends.

5.2.Tourisme balnéaire :

Le tourisme balnéaire constitue la première forme touristique apparue et la forme la plus répandue dans le monde ; il s'agit de passer des vacances au bord de la mer et de profiter de la plage, de la côte et du soleil. La France utilise le mot « tourisme littoral » pour ne pas inclure seulement les stations balnéaires.¹⁵

5.3.Tourisme saharien :

Le tourisme saharien qui est un tourisme de « recherche de sens », fondé en particulier sur les valeurs du nomadisme que le voyageur tente de retrouver le temps d'une randonnée chamelière ou d'une visite d'un campement¹⁶.

Ces aspects essentiellement symboliques peuvent constituer un levier pour le développement durable du tourisme dans le Sahara.

Généralement ce produit consiste à organiser :¹⁷

- Randonnées pédestres avec chameaux. (Trekking) ;
- Randonnées pédestres avec assistance automobile ;
- Circuit en 4x4.

¹⁵ **AKROUM Hadi** : « perspectives de développement Eco-touristique au parc national d'el Kala. », Université Badji Mokhtar Annaba, Faculté de sciences de la Terre, Département d'Aménagement, 2014, p125.

¹⁶ **HAROUT Fatma zohra**. Op Cité, p 22.

¹⁷ **FERGUENE Améziane et IDIR Sofiane** : « Tourisme, valorisation du patrimoine et développement durable: Le cas du Tassili n'Ajjer dans le Sahara algérien », Colloque international, 2011.

5.4. Tourisme urbain :

On pourrait définir le tourisme urbain comme la reproduction, le temps d'un séjour, d'un mode de vie urbain, caractérisé par la recherche d'une densité d'activités, d'une animation importante et par une forte mobilité.

Sur le plan scientifique, le tourisme urbain a suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs eu égard de l'évolution exponentielle des flux touristiques en destination des espaces urbains. Dans ce sens, les premiers écrits sur ce sujet portaient essentiellement sur les villes européennes au vu de l'héritage patrimonial et historique que recèlent les agglomérations du vieux continent. Toutefois, la crise des villes industrielles américaines a fait en sorte que le débat se déplace de l'autre côté de l'atlantique où le tourisme était perçu comme un facteur de régénération des villes en question. Les touristes sont attirés par la ville au regard de la concentration géographique des attractions et des facilités offertes sur le territoire urbain.

5.5. Tourisme international :

Le tourisme international franchit les limites des frontières nationales et comprend le tourisme émetteur et le tourisme récepteur.

- Le tourisme émetteur : concerne les résidents d'un Etat donné voyageant (comme visiteurs) dans un autre pays autre que le leur.
- Le tourisme récepteur : concerne les non-résidents voyageant (comme visiteurs) dans une zone donnée.

5.6. Tourisme national :

Il regroupe le tourisme interne et le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou émetteur.

5.7. Tourisme interne :

Il comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage du tourisme émetteur.

5.8. Tourisme intérieur :

Le tourisme intérieur comprend le tourisme interne plus le tourisme récepteur, soit les activités des visiteurs résidents et non-résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme interne ou international.

5.9. Tourisme scientifique :

Le tourisme scientifique est une activité de déplacement pour des recherches d'exploitation. Il englobe le tourisme d'apprentissage scientifique (TAS) et le tourisme de recherche scientifique (TRS)¹⁸

➤ **Tourisme d'apprentissage scientifique (TAS)**

Le tourisme d'apprentissage scientifique consiste en des voyages éducatifs organisés, structurés et élaborés autour d'un thème scientifique.¹⁹

➤ **Tourisme de recherche scientifique (TRS)**

Cette activité est pratiquée par des groupes restreints de touristes désireux de connaître le processus de recherche scientifique et de participer à l'avancement de la science. La durée de l'activité doit être assez longue pour permettre une formation, une intégration adéquate et la réalisation d'objectifs précis.²⁰

5.10. Tourisme de cure, de santé et thermal :

Le tourisme de cure, de santé ou thermal tient essentiellement aux raisons de santé. Cette forme de tourisme a comme objectif l'amélioration de sa santé en utilisant des séjours qui intègrent soins curatifs et soins préventifs.²¹

Le tourisme médical (appelé aussi tourisme de santé, tourisme hospitalier) est une nouvelle tendance mondiale, en pleine croissance, qui a fait son apparition depuis peu, avec des agences et tours opérateurs exclusivement spécialisés dans ce secteur.

Le but du tourisme médical est pour les malades de se faire soigner à moindre coût dans un pays autre que celui dans lequel ils résident. En effet, le tourisme de santé ou de bien être ; est un voyage entrepris pour profiter d'un environnement plus salubre utile pour conserver la santé physique et morale, à rechercher des alternatives de traitement thérapeutiques, ou de visiter d'autres pays uniquement pour bénéficier des services médicaux disponibles là-bas, souvent parce qu'ils sont moins chers que chez eux.

¹⁸ Comité régional en tourisme scientifique du Saguenay–Lac-Saint-Jean « tourisme scientifique », 2005, p4.

¹⁹ Ibid. p 5

²⁰ Ibid. p 6

²¹ HAROUT Fatma Zohra. Op Cite p20.

5.11. Tourisme religieux :

Cette forme de tourisme se traduit par la visite de monuments religieux, la fréquentation de lieux de culte et les pèlerinages ainsi que tout rassemblement à caractère religieux. Le tourisme religieux (appelé aussi appelé tourisme foi), est une forme de tourisme, où les gens voyagent individuellement ou en groupe de pèlerinage vers un lieu de dévotion, vers un endroit tenu sacré selon la religion.

La plus grande forme dans le monde du tourisme religieux de masse a lieu au pèlerinage annuel du Hadj à La Mecque, Arabie Saoudite, tandis que les modernes touristes religieux sont plus en mesure de visiter les villes saintes et des lieux saints dans le monde entier.

5.12. Tourisme culturel :

Le tourisme culturel est une de tourisme centré sur la culture (incluant les paysages de la destination), les valeurs et les styles de vie, patrimoine local, les arts plastiques et ceux du spectacle, les industries, les traditions et les ressources de loisirs de la communauté d'accueil, Le tourisme culturel peut prendre diverses formes, à l'exemple du tourisme religieux et le tourisme culinaire.²²

5.13. L'écotourisme (le tourisme écologique) :

Selon la TIES (The International Ecotourisme Society/Société Internationale de l'écotourisme), l'écotourisme est un voyage responsable dans des environnements naturels où les ressources et le bien-être des populations sont préservés.²³

L'écotourisme favorise la protection des zones naturelles en procurant des avantages économiques aux communautés d'accueil et aux organismes qui veillent à la protection des zones naturelles, et en faisant prendre conscience aux habitants du pays comme aux touristes de la nécessité de préserver le capital naturel et culturel.

²² Claude Origet Du Cluzeau « Le tourisme culturel, Que Sais-Je? », Presses Universitaires de France –PUF, 1998

²³ HEC Paris, Chaire Social Business, Entreprise et Pauvreté : « Tourisme et Développement Durable », 2010, p11.

5.14. Tourisme sportif :

Tourisme sportif n'est pas un phénomène récent mais son évolution et sa diversification en font un phénomène de masse. L'expression tourisme sportif est apparue dans les années 80, en Europe et aux Etats-Unis, pour caractériser un ensemble d'activités et pratiques physiques qui relèvent à la fois du tourisme et du sport.²⁴

5.15. Tourisme d'affaires :

Le tourisme d'affaires est un déplacement à but professionnel. La raison principale du tourisme d'affaires peut être la profession, la réunion, le congrès, les conférences, la foire, etc. « Le visiteur réalise le voyage touristique pour les besoins de sa profession ou de l'activité économique de l'unité de production pour laquelle il travaille ; de plus, la décision de faire le voyage et son financement relèvent souvent de quelqu'un d'autre que la personne en déplacement pour affaires »²⁵

Nous avons aussi dans cette catégorie : les séminaires, colloques, les conventions, ces manifestations rassemblent un nombre n'important de personnes et supposent donc une mobilisation de moyens.

5.16. Tourisme de masse :

Apparu et généralisé avec les congés payés. C'est un groupe de personnes agroupées par un opérateur touristique. Il est caractérisé par une offre touristique à bas prix tous frais compris avec une qualité hôtelière médiocre.²⁶

5.17. Tourisme individuel :

Ce sont les voyageurs qui décident de leurs activités et de leurs itinéraires sans intervention d'opérateurs.

5.18. Tourisme de montagne :

Le tourisme montagnard est le tourisme dans les massifs montagneux, ses origines remontent aux 19 siècles avec l'avènement de la montagne comme lieu de détente. De nos

²⁴ HEC Paris, Chaire Social Business, Entreprise et Pauvreté. Op Cite p 11.

²⁵ DUPÉ Lucie, mémoire master, le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local touristique et culturel, Université de Toulouse, juin 2007

²⁶ Les œuvres sociales sont les organismes prenant en charge les activités sociales et culturelles établies dans l'entreprise ou l'administration au profit des salariés et fonctionnaires et/ou de leurs familles.

jours, le tourisme de montagne est le plus souvent associé au tourisme sportif, à cause des sports d'hiver et d'activités sportives comme le rafting, le trekking ou la randonnée en été.²⁷

6. Les principaux pays récepteurs des touristes au monde :

Au cours des dernières années, le classement des destinations touristique à pays. Selon l'OMT, les dix principales destinations touristiques pour l'année 2013, sont classées comme suit :

Tableau N°03 : classement des pays récepteurs de touristes selon l'OMT en 2018/2019 :

Numérations	Pays	Millions		Variations(%)
		2018	2019	2018/2019
01	France	86.9	89	2.41
02	L'Espagne	82	83	1.21
03	Les Etats unis	75.6	80	5.82
04	Chine	59.3	63	6.24
05	Italie	52.4	62	18.32
06	Mexique	39.3	41	4.32
07	Royaume uni	37.7	36	-4.5
08	Turquie	36.6	46	27.67
09	Allemagne	35.5	39	9.86
10	Thaïlande	32.6	38	16.56

Source : l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr>. Consulté le 20/12/2020 a 17 :05.

Depuis les années 2000, les six premières positions sont plutôt stables. La France affiche une confortable avance et la Chine qui a surpassé l'Italie en 2018, talonne maintenant les États-Unis. Le Canada ne fait plus partie des dix principales destinations depuis 2010.

²⁷ Http// : www.Tourisme.com.consulte le 20/12/2020 a 16 :52.

Tableau N°04: Classement des pays émetteurs en matière de dépenses touristiques à l'international 2018/2019

Pays		Dépensée tourisme international (milliard de dollars)		Variations (%)
		2018	2019	
01	Chine	102	128.6	23.8
02	Etat unis	83.5	86.2	3.3
03	Allemagne	81.3	85.9	2.3
04	Fédération de Russie	42.8	53.5	28.9
05	Royaume uni	51.3	52.6	3.5
06	France	39.1	42.4	4.9
07	Canada	35	35.2	3.2
08	Australie	28	28.4	8.8
09	Italie	26.4	27	-1
10	Brésil	22.2	25.1	12.9

Source : l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr>. Consulté le 21/12/2020 à 10 :10

Selon l'OMT, l'Europe est actuellement le premier marché générateur de touristes, émettant 55% des touristes internationaux, suivi de l'Asie-Pacifique (20%) et des Amériques (16%).

Les marchés d'origine du tourisme international demeurent très concentrés dans les pays industrialisés. Toutefois, en raison de l'augmentation du revenu disponible, beaucoup d'économies émergentes connaissent une croissance accélérée depuis quelques années.

Tableau N°05 : Recettes du tourisme international 2018/2019

Pays	Recettes de tourisms international (milliard de dollar)		Variations (%)
	2018	2019	
Etat unis	126,2	139,6	10,6
Espagne	56,3	60,4	3,9
France	53,6	56,1	1,3
Chine	50,0	51,7	1,4
Macao (chine)	43,7	51,6	18,1
Italie	41,2	43,9	3,1
Thaïlande	33,8	42,1	23,1
Allemagne	38,1	41,2	4,5
Royaume-Uni	36,2	40,6	13,2
Hong Kong (Chine)	33,1	38,9	17,7

Source :l'OMT sur : <https://www.unwto.org/fr>. Consulté le 21/10/2020 a 10 :25.

Les Etats-Unis ont eu la plus grande part du gâteau en matière de recettes touristiques avec un bénéfice remarquable voire colossal par apport à d'autres pays. Dans la section qui suit on étudiera le tourisme de montagne (parc National de Gouraya) et le tourisme pratiqué dans les régions montagneuses (Kabylie de Gouraya). On appellera ces deux types de tourisme « tourisme en zone de montagne ».

Section 02 : Tourisme de montagne.

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

1. Présentation du concept zone de montagne :

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

1.1. Une dimension socioéconomique :

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

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

1.2. Une dimension environnementale :

Les montagnes représentent des écosystèmes vitaux qui renferment les principaux « châteaux d'eau du monde ». Or les conditions climatiques défavorables, les catastrophes naturelles (avalanches, séisme, éruptions volcaniques), l'érosion et la pauvreté des sols constituent des facteurs alarmants nécessitant la sensibilisation des

consciences. Des mesures de sauvegarde des montagnes doivent donc faire partie des programmes de développement de ces zones de manière à assurer une gestion adéquate des ressources naturelles.

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

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

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

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

2. Définition du tourisme de montagne :

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

Le tourisme de montagne ou autrement appelé tourisme montagnard est le tourisme dans les massifs montagneux. Au début du XIXe, la montagne était un lieu de détente, alors que de nos jours la montagne est utilisée pour des activités sportives : trekking, randonnées. Les activités nautiques dans les eaux vives montagnardes se développent de plus en plus : rafting, hydro-speed.²⁸

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

3. Le tourisme en zone de montagne :

3.1. La montagne : Espace répulsif, espace attractif :

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

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

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

²⁸ <https://site.letourismedemontagne.com/home/definition>. Consulté le 23/12/2020 à 11:05

On entend par une zone de montagne : « l'ensemble des espaces formés par des chaînes et/ou des massifs montagneux et présentant à ce titre des caractéristiques géographiques de relief, d'altitude et de pente, ainsi que l'ensemble des espaces qui leur sont contigus et qui sont liés à l'économie, aux facteurs d'aménagement du territoire, et aux écosystèmes de l'espace de montagnes concerné, et qui sont qualifiés de zones de montagne»²⁹

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

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

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

3.1.1 La haute montagne :

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

3.1.2 La moyenne montagne :

Au-dessous de 1200 mètres, l'étude doit toutefois distinguer entre la moyenne montagne « étage inférieur » (400 à 800m) et la moyenne montagne « étage supérieur » 800 à 1200 m; la moyenne montagne comprend les étages cultivés, boisés et les zones habitées. C'est là où se sont déployées les activités agricoles, industrielles.³⁰

²⁹Loi n°04-03, journal officiel de la République Algérienne n°041, relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable, 27 juin 2004, page 10.

³⁰ SEMAR Taous ; CHEBOUT Mehria ; mémoire de master, Tourisme de montagne et changements climatiques- Cas du Massif du Djurdjura, institut National supérieur du Tourisme, Alger juin 2010, page 14

3.1.3 Les zones de piémonts et contigus :

Désignent les territoires situés à une altitude inférieure à 400 m. La distinction entre les deux types de zones est déterminée par la topographie : pente modérée, pour les zones de piémonts, et, topographie plane, pour les zones contigües.³¹

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

Pour la wilaya de Tizi-Ouzou les montagnes côtières, du centre et du Djurdjura, présentent à elles seules 59% du territoire de la wilaya, 35% occupés par des collines et les 6% restants sont occupés par les plaines et vallées (plaines du Sébaou, plaines de l'Oued Isser et plaines côtières).³²

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

4 La clientèle du tourisme en zone de montagne :

Trois types de clientèles peuvent être identifiés :

4.1 La clientèle des retours au pays :

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

4.2 La clientèle du tourisme social et associatif :

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

³¹ Etude relative à la délimitation et à la caractérisation des zones de montagne et des massifs montagneux du Djurdjura

³² MOHAMED Dahmani : Atlas économique et social de la grande Kabylie, OPU, Alger, page 11.

4.3 La clientèle des amateurs de montagne :

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

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

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

5 Les différentes pratiques du tourisme en zone de montagne :

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

Les pratiques sportives en milieu montagnard représentent « l'idée d'accomplissement de soi dans un affrontement grandiose avec la montagne et les lois de la nature ».³³ Ils ont classé comme suit :

5.1 Sports terrestres :

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

5.1.1 Alpinisme :

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

³³ TESSA Ahmed : « Economie touristique et aménagement du territoire », OPU, Alger ; 1993, p 20

pratique généralement encordé à deux.³⁴ L'homme de tête qui guide la cordée est dit premier de cordée et est en position d'assurer le second de cordée.

5.1.2 L'escalade :

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

5.1.3 Le ski :

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

5.2 Sports aériens :

Toute activité liée circulation aérienne, on distingue :

5.2.1 Le deltaplane ou aile volante :

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

5.2.2 Le parapente :

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

5.3 Sports nautiques et aquatiques :

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

5.3.1 Le rafting:

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

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

³⁴ [Http:// www.linternaute.com](http://www.linternaute.com) 24/12/2020 a 11:10

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

5.3.2 La spéléologie :

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

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

« La spéléologie est une activité pluridisciplinaire à forte plus-value éducative, elle allie à la fois des aspects scientifiques, environnementaux, sportifs et de loisirs. Elle a pour objectif l'exploration du karst et des milieux souterrains, naturels, artificiels ou anthropiques afin de contribuer de manière active à l'étude, la connaissance et la conservation des terrains de pratique de la spéléologie, tout en tenant compte des éléments du patrimoine de surface ». ³⁵

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

L'évolution de la demande de biens et services touristiques dans les régions montagnardes a été influencée de façon dynamique par des changements socioculturels survenus vers la fin du XXème siècle. C'est ainsi que les séjours de loisirs ont été très dépendants d'un certain nombre de facteurs, tels que ³⁶ :

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

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

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

³⁵ Http : // www.ffspeleo.fr. Consulte-le :24/12/2020 a 12:30

³⁶ **SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios** : « *Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce* », 2006, p 14

Par conséquent, le développement touristique des régions montagnardes a résulté du rapport établi entre les attentes socioculturelles et les pratiques des loisirs, ainsi que de l'espace humain et naturel, ayant comme objectif la satisfaction des touristes potentiels. Bien évidemment, les besoins et le niveau de satisfaction des touristes potentiels varient selon leur culture et leur nationalité, dans la mesure où la mode, les identités nationales et les rapports anthropologiques.³⁷

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

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

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

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

³⁷ Ibid. p 15

conscience des valeurs et biens naturels, culturels et historiques de la région.³⁸

7.1. Les impacts environnementaux :

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

7.1.1. La transformation des paysages :

Une des plus anciennes et des plus importantes pratiques touristiques, est la contemplation du paysage, celle-ci est menacée par la multiplication des touristes et des équipements destinés à satisfaire leurs besoins. En montagne comme ailleurs, le tourisme présente ce curieux paradoxe de dégrader, voire détruire, la ressource paysagère qui lui a donné naissance.³⁹

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

7.1.2. Les modifications écologiques :

Rares sont les catastrophes écologiques imputables à l'aménagement ou la fréquentation touristique en montagne. Mais cette dernière est à l'origine de nombreux atteints à l'environnement, sources de déséquilibres des écosystèmes montagnard ; le déboisement dans des milieux sensibles. Les prélèvements d'eau sur les réserves et les écoulements, aggravés par la mode des loisirs très gros consommateur (golf, piscine). Comme dans toutes les stations touristiques, il existe un problème du traitement des eaux usées, déchets alimentation.⁴⁰

Indépendamment de ces atteints, la présence même des touristes est source de perturbations. De nombreuses études ont prouvé que l'érosion est sensiblement

³⁸ SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios : « Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce », 2006, p 14

³⁹ BERNARD Debarbieux : « tourisme et montagne », Economica, Paris, 1995, p 83

⁴⁰ BERNARD Debarbieux. Op Cite P 84.

accrue sur les sites très fréquentés (sentiers) et dès que l'aménagement exige la disparation même momentanée du couvert végétal (tracé de pistes de ski). Mais parfois les perturbations ou les Atteintes dépasse la flore, elle touche aussi la faune (les espèces animales) notamment les oiseaux sauvages par les pratiquants de l'escalade et les adeptes du ski hors-piste.

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

7.2. Les impacts socioculturels :

Les activités touristiques peuvent avoir aussi des graves impacts sur les régions montagneuses. Le tourisme peut détruire les caractéristiques d'une région et même ses coutumes, sa culture et sa langue. L'influence des touristes qui apportent une culture différente dans une certaine région est tel qu'il peut totalement changer les coutumes d'une région.⁴¹

Le tourisme peut avoir des effets non négligeables sur le mode de vie, la culture et les relations sociales des populations. Ces effets dynamiques et varies amorcent des changements dans le style de vie, les systèmes de valeurs, les traditions, les relations familiales et régionales, la conduite morale, la santé, la sécurité dans les destinations touristiques, une nouvelle manière de s'habiller et même des nouveaux modes de la consommation. Le tourisme transforme ainsi les mentalités introduit de nouvelles conceptions du travail, de l'argent et des rapports interpersonnels.

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

⁴¹ **MEKATI Henia** : « dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie », p 89.

7.3. Les impacts économiques :

Le tourisme peut-être une source importante d'emploi au niveau local, mais en cas de mauvaise gestion des activités touristiques, cela risque d'être un emploi à court terme et saisonnier, privant ainsi le personnel local de la possibilité d'acquérir des connaissances techniques et une formation réelle. Cela peut entraîner de mauvaises conditions de travail ainsi que la fuite des bénéfices au profit non pas de l'économie local mais des sociétés étrangères.⁴²

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

⁴² **PIQUEMAL pierre:** « *Tourisme et Développement Durable : Le Tourisme peut-il être un vecteur de développement et sous quelles formes ?* », Paris, 2010, p 5.

Conclusion

Les zones montagnardes, prendre le tourisme comme l'un des moteurs le plus efficace afin d'avoir un développement économique local. Mais, le tourisme à besoins d'une forte dynamique et volonté économique pour se développer que cela soit à l'échelle local ou national. Il nécessite des ressources humaines qualifiées et ouvertes aux réalités touristique, des moyens financiers colossaux (moderniser les système bancaire...), une infrastructure moderne et importante et des mesure d'accompagnement strictes (réglementation, protection des sites...) pour qu'il soit la population montagnarde profiter.

Introduction

Le tourisme social agrège des opérateurs associatifs, des comités d'entreprise et des collectivités territoriales qui proposent, parfois selon des modalités d'accès particulières, différentes formes d'hébergement touristique. Ces opérateurs, souvent engagés dans des projets ayant pour finalité la mise en œuvre du droit aux vacances pour tous, ont parfois des difficultés à faire reconnaître leur spécificité au sein du champ général du tourisme.

Section 01 : Aperçu sur l'association touristique.

Une association est un groupement de personnes volontaires réunis autour d'un projet commun ou mettant en commun des activités ou des connaissances sans chercher à réaliser de bénéfices au profit de ses membres.

A cet effet nous définirons quelques concepts qui permettront de savoir qu'est-ce qu'une association, les types d'associations en générale et les associations touristiques en particulier ; comment créer une association et les ressources des associations touristiques ; en puis l'histoire de tourisme associatif ; les critères d'identification et l'importance du tourisme associatif, ensuite les formes des associations touristiques enfin nous terminerons avec la réglementation des associations touristiques.

1. Les associations :

Avant de donner la notion de l'association touristique, nous avons vu utile de présenter le terme association en premier lieu.

1.1. Définition :

1.1.1. L'association :

Selon DELAMARRE : « L'association est un contrat, rien de plus, rien de moins. Il doit avoir un objet licite; il doit être respectueux de la liberté individuelle; pas plus qu'un autre, il n'autorise l'abandon des droits attachés à la personne; un consentement libre doit le former; il est subordonné à l'observation des engagements pris »¹

« L'association est le regroupement de personnes physiques et/ou de personnes morales sur une base contractuelle à durée déterminée ou à durée indéterminée. Ces personnes mettent en commun, bénévolement et dans un but non lucratif, leurs connaissances et leurs moyens pour promouvoir et encourager les activités dans les domaines notamment, professionnel, social, scientifique, religieux, éducatif, culturel, sportif, environnemental, caritatif et humanitaire ».²

¹ DELAMARRE Pascal. Créer et faire vivre son association. Paris : Éditions Dalloz, 2004. p. 5.

² Loi n° 12-06 du 12 janvier 2012 relative aux associations. Article N°01.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

1.1.2. Définition d'une association à but non lucratif :

Une association à but non lucratif est un groupe d'au moins deux membres qui exercent une activité sans en retirer un avantage financier à titre personnel. S'il y a des bénéfices, ils sont reversés à l'association pour la développer.

Une association à but non lucratif est un regroupement d'au moins deux personnes qui décident de mettre en commun des moyens afin d'exercer une activité dont l'objectif n'est pas leur enrichissement personnel. Le caractère désintéressé de l'activité interdit la distribution d'un bénéfice aux associés mais il n'implique pas que l'activité soit déficitaire : un bénéfice peut servir à la développer.

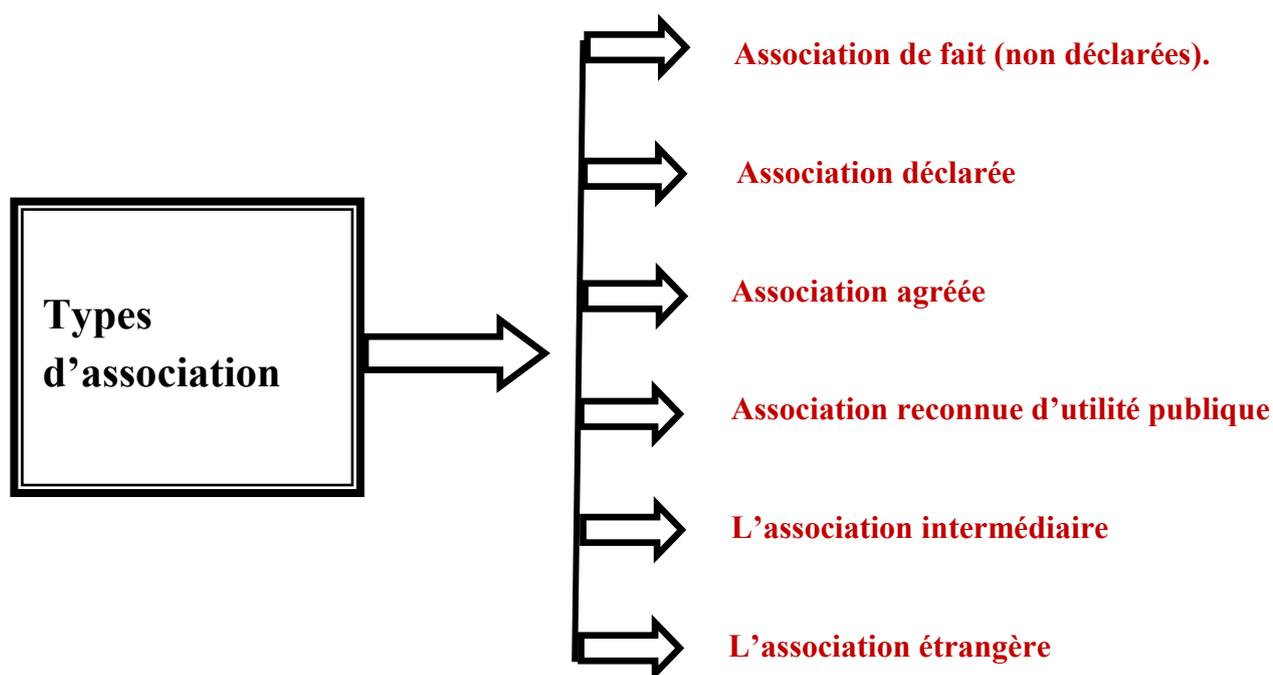
1.1.3. Définition d'une association particulière :

Lorsqu'une association a une activité internationale, on parle d'organisation non gouvernementale internationale (ONGI). Sans devenir lucratives, les associations peuvent avoir des activités variées : promotion et pratique d'une activité (sport, activité manuelle, culturelle, théâtre, musique, etc.), défense d'une catégorie de personnes (étudiants, handicapés, victimes, malades, usagers des services publics, consommateurs, professions diverses, etc.), action sociale et humanitaire (aide à domicile, soins gratuits, distribution de nourriture, secourisme, garde d'enfants, etc.), regroupement de professionnels, animation d'un quartier ou d'une ville...etc.

1.2. Types d'associations :

Il est important de bien faire la différence entre les différents types d'association afin de nous permettre d'identifier la structure associative adaptée à notre projet. Les associations peuvent prendre plusieurs formes.

Figure N°01 : les différents types d'associations.



**Source : réalisé par nous-même sur la base
de :www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association.**

De nombreux types d'associations existent selon l'activités que vous envisager d'exercice, toutes fois, pour toute catégories il est obligatoire d'avoir des agréments spécifiques. Voici un guide sur les différents types d'associations existant :

1.2.1. Association de fait (non déclarées) :

Une association de fait est une association pour laquelle ses fondateurs n'ont pas accompli les formalités administratives de déclaration et de publication au Journal Officiel.

L'association de fait n'existe qu'en tant que contrat mais n'a pas de personnalité juridique. Elle n'a pas de nom ni de siège social et ne peut pas accomplir d'acte juridique (conclure un contrat en son nom, louer un local, obtenir une subvention, etc.).

Ce type d'association n'est donc adapté que si les fondateurs n'envisagent pas de conclure des contrats avec des tiers ni de demander une subvention.³

³ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association; consulte le 22/12/2020 à 12h.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

1.2.2. Association déclarée :

Une association déclarée est une association dont la création a été déclarée officiellement par ses fondateurs et a fait l'objet d'une publication au Journal quotidienne.

Une association déclarée bénéficie de la personnalité juridique et peut accomplir certains actes juridiques en son nom (ouvrir un compte bancaire, embaucher un salarié, agir en justice, demander une subvention, etc.).⁴

1.2.3. Association agréée :

Une association agréée est une association ayant reçu un agrément de la part de l'État en fonction de critères relatifs à son mode de fonctionnement et à la reconnaissance de l'intérêt général de son action. L'agrément permet à l'association de bénéficier de certains avantages : droit de pratiquer certaines activités (chasse, aide aux sans-abris, etc.), possibilité de recevoir des subventions de l'Etat et de bénéficier d'avantages fiscaux.

Pour obtenir un agrément, l'association doit être déclarée et respecter des conditions générales :

- Avoir un objet répondant à l'intérêt général ;
- Avoir un mode de fonctionnement démocratique (les organes dirigeants doivent se réunir régulièrement) ;
- A respecter une certaine transparence financière (qui se traduit notamment par la tenue d'une comptabilité d'association et sa diffusion annuelle aux administrations avec lesquelles l'association est en relation).

Toute autorité administrative peut également ajouter ses propres conditions particulières (par exemple, un nombre minimal d'années d'existence ou l'ajout de certaines clauses dans les statuts de l'association).

L'agrément ministériel est délivré, suivant l'importance et l'objet de l'association :

- Au plan local (par la préfecture, l'inspection d'académie ou le rectorat),
- Au plan national (par une administration centrale ou un établissement public).⁵

⁴ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association; consulte le 22/12/2020 à 12h.

⁵ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association; consulte le 22/12/2020 à 12h.

1.2.4. Association reconnue d'utilité publique :

Les associations reconnues d'utilité publique (RUP) disposent de pouvoirs plus étendus que les autres types d'associations et peuvent donc accomplir certains actes juridiques spécifiques, tels que recevoir des donations ou des legs ou gérer des biens de l'État.

Au-delà de cet effet proprement juridique, la reconnaissance d'utilité publique est perçue par le monde associatif comme un label conférant à l'association une légitimité particulière dans son domaine d'action.

Pour bénéficier de la reconnaissance d'utilité publique, l'association doit remplir certaines conditions :

- Avoir trois ans d'existence minimum ;
- Tenir une comptabilité claire et précise et avoir une solidité financière se traduisant par un montant annuel minimum de ressources de 46 000 € (provenant essentiellement des ressources propres de l'association, le montant des subventions publiques ne devant pas en principe excéder la moitié du total de ses ressources afin de garantir l'autonomie de l'association) ;
- Adopter des statuts d'association garantissant un mode de fonctionnement démocratique et une gestion financière transparente ;
- Être composée d'au moins 200 adhérents ;
- Avoir une influence et un rayonnement dépassant largement le cadre local ;
- Un but d'intérêt général, strictement distinct des intérêts particuliers de ses propres membres. Les activités de l'association doivent couvrir un des domaines suivants : philanthropique, social, sanitaire, éducatif, scientifique, culturel ou doivent concerner la qualité de la vie, l'environnement, la défense des sites et des monuments, la solidarité internationale.

La demande de reconnaissance d'utilité publique doit être adressée par courrier au ministère de l'Intérieur et être accompagnée de certaines pièces justificatives.⁶

⁶ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association; consulté le 22/12/2020 à 12h.

1.2.5. L'association intermédiaire :

La mission principale des associations intermédiaires est d'embaucher les personnes sans emploi ou en difficultés et les mettre ensuite à la disposition des personnes physiques et morales. Toute association intermédiaire doit être déclarée et ensuite agréée et il faut qu'elles concluent une convention avec l'État.

Cette convention peut être conclue pour une durée de trois ans au maximum. L'association souhaitant coopérer avec des entreprises privées doit encore conclure une convention avec Pôle emploi. Les associations intermédiaires sont exonérées de certains impôts, par exemple de l'impôt sur la société.⁷

1.2.6. L'association étrangère :

L'association étrangère est celle qui a son siège social à l'étranger. On lui applique la loi du pays où elle a son siège pour apprécier :

- Leur personnalité juridique ;
- Leur capacité à recueillir une libéralité ;
- Leur capacité à agir en justice.

1.3. Etapes de création d'une association :

La loi N° 12-06 de 18 Safar 1433 correspondant au 12 janvier 2012 relative aux associations détermine les conditions et modalités de constitution, d'organisation et de fonctionnement des associations. Nous verrons comment crée une association comme suit :

1.3.1. Définition du projet associatif :

Il faut identifier les Objectifs, besoins, activités et les ressources de l'association.

1.3.2. Rédaction des statuts :

Le statut est le contrat fondamental qui lie les membres de l'association. Il précise l'objet et le but de l'association et établit ses modalités de fonctionnement. Il suffit de renseigner les formulaires existants.

⁷ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association; consulte le 22/12/2020 à 12h.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

1.3.3. Nom de l'association :

Toute association doit obligatoirement avoir un nom qui est mentionné dans les statuts c'est sous cette dénomination que l'association sera connue des tiers. Les fondateurs de l'association sont libres de choisir le nom qu'ils souhaitent donner à leur structure, dans certaines limites. Ils doivent par exemple s'assurer qu'une autre association ne porte pas le même nom.

1.3.4. Assemblée générale constitutive:

Le but de cette assemblée est de discuter et valider le statut de l'association avec les personnes voulant s'engager, de désigner et élire les membres du bureau et le président. La présence d'un huissier de justice est obligatoire. Pour organiser l'assemblée il faut:

- Déclaration de réunion publique auprès du service compétent de la wilaya.
- Tenue d'une assemblée générale constitutive réunissant au moins quinze (15) membres fondateurs.
- Ordre du jour : adoption du statut et élection de l'organe dirigeant.

1.3.5. Déclaration initiale de constitution:

La déclaration de constitution d'une association la rend publique et lui permet de fonctionner en tant que personne morale légalement constituée.

1.3.6. Ouverture d'un compte en banque :

Une association génère des flux financiers. Pour gérer les transactions, l'ouverture d'un compte bancaire association est donc essentielle.

1.3.7. Assurance :

L'assurance association protège les associations contre tous les risques liés à la vie de l'association et de ses membres. Ces risques sont d'ailleurs tellement importants que la souscription d'une assurance est obligatoire pour les associations sportives, les centres de loisirs et de vacances, les associations de tourisme et de voyages et les associations prenant en charge des mineurs handicapés.

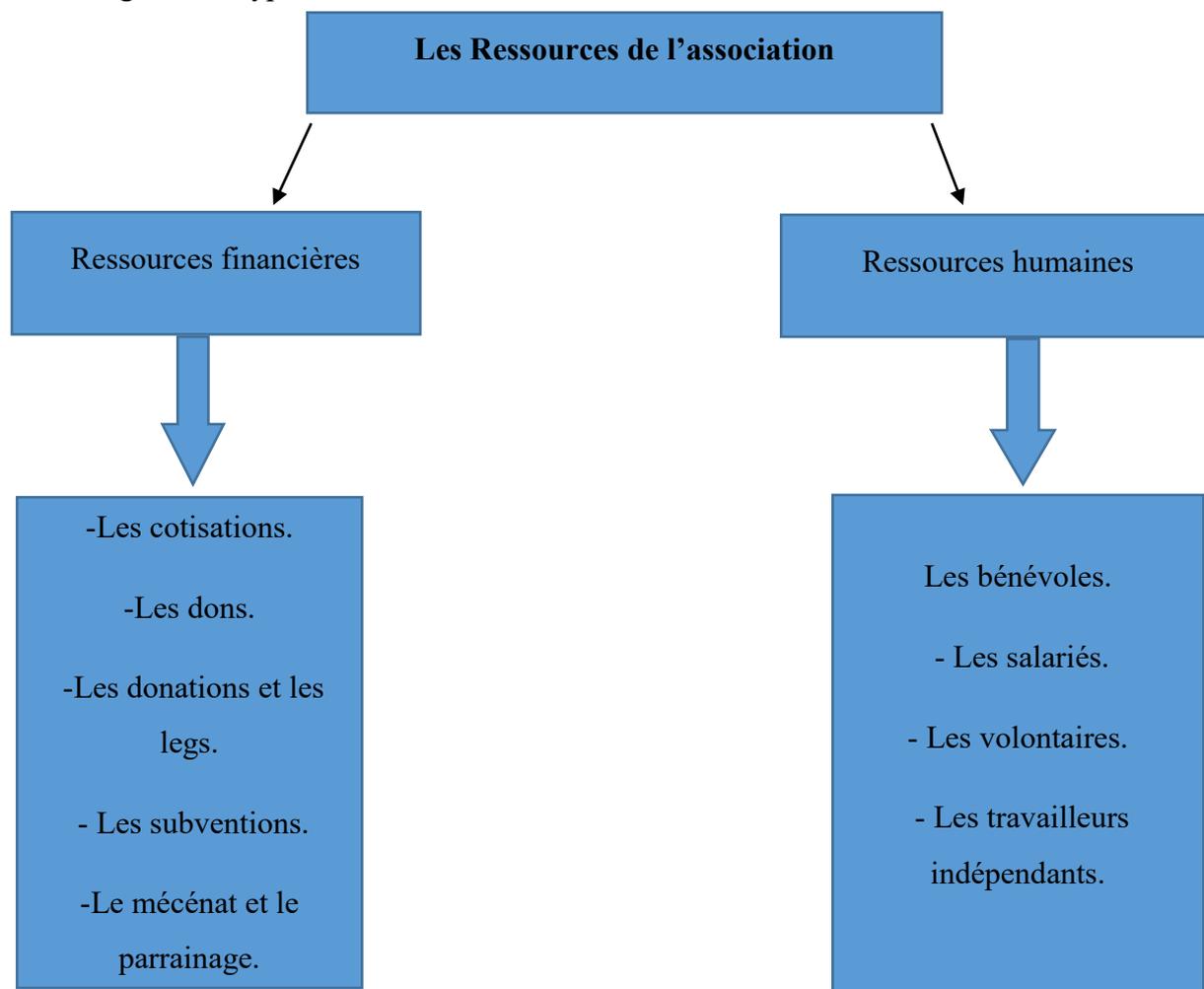
CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

1.4. Les ressources de l'association :

Le financement de l'association provient des différentes sources. On distingue cinq possibilités de financement de l'association : les cotisations, les dons, donations et legs, les subventions et le mécénat et le parrainage.

Figure N°02 : les ressources de l'association :

En distingue deux types de ressource dans une association.



Source : réalise par nous-même sur la base de :

www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association.

Le financement de l'association provient des différentes sources. On distingue cinq possibilités de financement de l'association : les cotisations, les dons, donations et legs, les subventions, le mécénat et le parrainage. Et aussi les ressources humaines on trouve quatre : les bénévoles, les salariés, les volontaires et les travailleurs indépendants.

1.4.1. Ressources financières :

1.4.1.1. Les cotisations :

La cotisation est une somme d'argent qu'une association peut demander à tous ses membres, ou éventuellement à une partie de ses membres, afin de permettre son fonctionnement économique et assurer que ses comptes soient équilibrés. Mais le versement des cotisations n'est pas systématique, elles ne sont pas demandées par chaque association.

L'association peut exiger une cotisation si toutes les conditions nécessaires sont remplies.⁸

1.4.1.2. Les dons :

Il existe deux types de dons : les dons manuels spontanés et les dons manuels sollicités. Les dons manuels spontanés sont ceux que chaque association déclarée peut recevoir sans devoir déclarer leur réception. Ils sont versés sous forme d'argent ou de biens meubles. Il est permis aux donateurs de bénéficier de la réduction d'impôt si l'association remplit deux conditions élémentaires. L'association doit « poursuivre un but d'intérêt général dans les domaines social, éducatif, sportif, scientifique ou culturel » et elle doit « remettre aux donateurs un reçu conforme à la réglementation fiscale ».⁹

1.4.1.3. Les donations et les legs :

Seules certaines associations sont habilitées à recevoir des donations ou des legs: associations reconnues d'utilité publique, associations caritatives, unions d'associations familiales, associations ayant pour objet exclusif la recherche scientifique ou médicale et associations culturelles.¹⁰

1.4.1.4. Les subventions :

Les subventions sont les sommes d'argent versées par l'État, les collectivités territoriales ou les établissements publics. Ces sommes peuvent compléter ou remplacer d'autres aides dont les associations peuvent bénéficier. Les subventions sont destinées aux associations déclarées et servent à mener leurs projets.¹¹

⁸ JANA Mrázová ; « Guide pratique de l'association loi 1901 », 2013 ; page 18

⁹ Ibid. page 19

¹⁰ Ibid. page 19

¹¹ JANA Mrázová ; « Guide pratique de l'association loi 1901 », 2013 ; page 22.

1.4.1.5. Le mécénat et le parrainage :

Les associations peuvent aussi bénéficier de mécénat et de parrainage versés par les entreprises. Le mécénat et le parrainage sont fournis aux associations d'intérêt général et de caractère culturel, concernant la promotion des œuvres artistiques ou la diffusion de la culture.¹²

1.4.2. Ressources humaines :

L'association voulant réaliser son objet doit rassembler autour d'elle les ressources humaines. Il y en a deux types. En premier lieu, ce sont des personnes physiques ou morales qui interviennent de manière volontaire pour mettre en œuvre l'objet statuaire et ne touchent aucune rémunération.

Il s'agit des adhérents, des dirigeants et des bénévoles. En second lieu, l'association peut avoir recours à une tierce personne rémunérée. La rémunération prend place sous forme d'un honoraire, d'une facture ou d'un salaire selon que le service a été rendu par une entreprise, un travailleur indépendant ou un salarié.

1.4.2.1. Les Bénévoles et salariés :

Pour fonctionner et réaliser leurs objectifs, les associations ont recours soit à des bénévoles, soit à des salariés. Les membres adhérents d'une association peuvent accomplir bénévolement, sous l'autorité du président ou de son délégué, un travail destiné à la réalisation de l'objet social, en ne percevant, le cas échéant, que le strict remboursement des frais exposés par eux, et ceci sans relever des dispositions du Code du travail.

L'existence d'un contrat dit de bénévolat entre une association et une personne n'ayant pas la qualité d'associé n'exclut pas l'existence d'un contrat de travail, dès lors que les conditions en sont remplies.

Il convient de rappeler les critères du contrat de travail : le salarié est soumis à l'employeur par un lien de subordination ; la contrepartie de l'exécution des directives qu'il reçoit est le paiement du salaire, mais aussi des divers avantages en nature.

Ainsi, le contrat de travail comporte des obligations réciproques, des contreparties. Son caractère est onéreux, alors que le caractère du bénévolat est gratuit. L'existence d'une

¹² **Ibid.** page 18

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

relation de travail salariée dépend donc des conditions de fait dans lesquelles est exercée l'activité professionnelle.

1.4.2.2. Le volontaire :

Le volontariat est un statut spécifique qui se distingue par certaines caractéristiques d'un salarié et d'un bénévole. « Le volontaire s'engage d'une manière formelle (par contrat), pour une durée limitée, à temps plein, pour une mission d'intérêt général. [...] Le volontariat est dérogatoire au Code du travail. » Le volontaire touche une indemnité contre service rendu, celle-ci ne peut pas être assimilée à un salaire. Le volontaire n'est pas un salarié juridiquement subordonné, il n'y a pas donc de relation salariale.¹³

1.4.2.3. Le travailleur indépendant :

Les travailleurs indépendants sont considérés « des personnes qui exercent à leur compte une activité économique en supportant les risques de cette activité et en s'appropriant les profits éventuels qu'elle peut générer » Le statut particulier leur assure un régime spécifique de protection sociale qui est appelé régime des travailleurs non-salariés non agricoles.

Le travailleur indépendant peut exercer son travail dans les domaines très variés (prestations de services, prestations artistiques, etc.).

Les associations qui les embauchent doivent se rendre compte qu'elles sont dans la relation client/professionnel et pas dans la relation de la subordination juridique ce qui permet au travailleur indépendant de se fixer les conditions de travail.

Dans ce cas, l'association peut seulement veiller si le travail confié est bien effectué. Les travailleurs indépendants sont rémunérés sous forme d'honoraires, avec ou sans TVA (taux de valeur ajouter), selon le régime qui est appliqué. L'employeur qui conclut un contrat avec un travailleur indépendant n'a pas à régler de cotisations sociales, celles-ci doivent être payées directement par les travailleurs indépendants.¹⁴

¹³ JANA Mrázová; OP Cite; page 30.

¹⁴ Ibid. page 31.

2. Les associations touristiques :

2.1. Historique du tourisme associatif :

Les associations du tourisme sont nées avec la pratique sportive de la montagne, ou encore sur une certaine conception des loisirs participatifs pour les jeunes (naissance des Auberges de Jeunesse en Allemagne vers 1900, du scoutisme en Angleterre vers 1905), même si les institutions actuelles du Tourisme Social n'en reconnaissent pas toutes la filiation directe.

Parmi les anciennes et grandes associations mondiales qui pratiquent le tourisme et le sport on doit citer :

British Alpine Club, 1857; Club Alpin Italien, 1863; Club Alpin Autrichien, 1862; Club Alpin Français, 1874; Touring Club Cycliste Italien, 1894; Association Viennoise des Amis de la Nature, 1895).

2.1.1. Naissance du tourisme social :

Le tourisme social est « l'ensemble des rapports et des phénomènes résultant de la participation au tourisme et en particulier de la participation des couches sociales à revenus modestes. Cette participation est rendue possible, ou facilitée, par des mesures d'un caractère social bien défini»¹⁵.

Il se réfère aux programmes, aux réalisations et aux actions qui visent à rendre effectifs le droit aux vacances et l'accessibilité au tourisme à tous les groupes de population, notamment les jeunes, les familles, les retraités, les personnes aux revenus modestes, les personnes à capacité physique restreinte, mais qui visent aussi la qualité de la relation entre les visiteurs et les communautés d'accueil.

Le tourisme social inclut aussi les réalisations qui contribuent à rendre accessible la pratique d'activités de plein air, notamment en faveur des jeunes. Il a donc le mérite d'accroître la démocratisation du territoire. Il recouvre aussi les mesures mises en place par les gouvernements de divers pays pour encourager le départ en vacances et qui sont souvent le résultat de luttes menées par des syndicats, des associations, des groupes communautaires.

¹⁵ Organisation Internationale du Tourisme Social sur : www.bits-int.org, consulté le 21/12/2020, à 11 :16.

2.1.2. L'émergence des colonies de vacances :

A la même époque, la naissance des colonies de vacances en Suisse et en France était, elle aussi, marquée d'un fort contenu idéologique, en tant qu'entreprises charitables organisées par la bourgeoisie au bénéfice d'enfants des classes défavorisées, essentiellement d'inspiration chrétienne.

Les maisons familiales, quant à elles, apparaissent au cours de la même période en Angleterre, avec l'Association Coopérative de Vacances ou des syndicats, qui achètent à bas prix des domaines ruraux appartenant à des aristocrates qui ne peuvent plus - ou ne souhaitent plus - faire face aux dépenses d'entretien.¹⁶

C'est donc au travers de ces quatre filtres que nous sommes invités à poser un regard sur les villages de vacances considérés ici en tant qu'acteur agissant localement.

2.1.3. L'expansion géographique :

Les opérateurs du tourisme social, souvent issus des mouvements d'éducation populaire, ont été dès le début des années 1960 engagés dans la politique d'aménagement du territoire, ce qui leur a permis d'élargir leur champ d'activités et leur territoire d'implantation géographique mais également de devenir des interlocuteurs privilégiés des pouvoirs publics.¹⁷

Les relations entre les pouvoirs publics et les associations de tourisme ont connu deux périodes particulièrement fastes, entre 1936 et 1938, puis de 1959 à 1980. Un bref retour sur ces deux périodes est nécessaire afin de comprendre pourquoi le tourisme social bénéficie encore aujourd'hui d'un intérêt public certain, même si les aides financières se sont considérablement réduites.

2.2. Définition :

Selon Déclaration de Montréal, 1996, Bureau international du tourisme social : « outre entreprise de tourisme (association, coopérative, mutuelle, fondation, fédération, entreprise à caractère « non-profit », société...) dont l'acte fondateur ou l'objectif principal indique clairement poursuivre un projet d'intérêt général et rechercher l'accessibilité du plus grand nombre aux loisirs touristiques (se démarquant ainsi de la recherche du seul profit maximal) peut revendiquer son appartenance au tourisme social ».¹⁸

¹⁷ Le Tourisme social et associatif : illusion entretenue ou contexte singulier ?, Revue géographiques de Périnées du Sud-Ouest, n°29, 2010, p 85

¹⁸ Déclaration de Montréal (1996) Pour une vision humaniste et sociale du tourisme, Bureau international du tourisme social.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

Les associations touristiques sont des organismes privés sans but lucratif et autonomes, créés par leur milieu régional et regroupant des membres provenant des divers secteurs touristiques (hébergement, attraits, équipements touristiques, événements, commerces et services divers).¹⁹

Les organisations de tourisme social diffèrent très fortement par leurs attaches historiques et politiques, par les statuts choisis (associations, coopératives, fondations, syndicats), par leur taille, par les fédérations et réseaux constitués, par les catégories de publics accueillis et dans leurs relations avec l'Etat. Ce « tiers secteur touristique » a cependant pour commune volonté de concevoir et de promouvoir un « autre tourisme », en termes de population partante, d'activités pratiquées, de répartition des gains, d'intégration territoriale, de préservation de l'environnement et de mode de gouvernance.

En d'autre terme, Ce sont des structures qui œuvrent pour la promotion du tourisme social locale et/ou régional. Elles remplissent aussi des fonctions dans le cadre de l'aménagement du territoire. Ces associations ont pour vocation de mettre en valeur des espaces touristiques authentiques et d'organiser des séjours à caractère social, éducatif, culturel et sportif. Le tourisme social est à l'origine du développement de certaines régions désenclavées. Son but est aussi de vivifier l'économie locale.

2.3. Les critères d'identification du tourisme associatif

Toute entreprise de tourisme (association, coopérative, mutuelle, fondation, fédération, entreprise à caractère "non-profit", société etc..) dont l'acte fondateur ou l'objectif principal indique clairement poursuivre un projet d'intérêt général et rechercher l'accessibilité du plus grand nombre aux loisirs touristiques

- Se démarquant ainsi de la recherche du seul profit maximal
- Peut revendiquer son appartenance au tourisme social.
- Les activités proposées intègrent des objectifs humanistes, pédagogiques, culturels, de respect et d'épanouissement des personnes.
- Les publics visés sont clairement identifiés sans discrimination raciale, culturelle, religieuse, politique, philosophique, sociale.... Une valeur ajoutée non économique fait partie.

¹⁹ <http://www.thesaurus.gouv>. Consulté le 20/12/2020 à 10 :54.

2.4. Importance du tourisme associatif :

Les principaux types d'installations relevant du tourisme social et associatif sont les villages de vacances, les maisons familiales de vacances, les centres sportifs, les auberges de jeunesse, les centres de vacances pour enfants et jeunes, et les centres internationaux de séjours. Cette typologie est cependant assez théorique car, d'une part, on assiste à la constitution de complexes associant les diverses formules, et d'autre part, la multiplicité des intervenants (associations de tourisme, mais aussi comités d'entreprise, organismes sociaux publics et parapublics tels que caisses d'allocations familiales, mutuelles, caisses de retraites...) rend la quantification difficile.

2.5. Les formes des associations touristiques :

Il y'a plusieurs classifications des associations touristiques.

2.5.1. Associations de tourisme selon l'hébergement :

Dans son ouvrage sur l'économie du tourisme international François Vellas propose plusieurs types de structure d'hébergements à savoir : L'hôtel, les résidences secondaires, les meublés, les chambres d'hôte, les gîtes et hébergements ruraux, l'hébergement social et enfin le camping caravaning.²⁰

- Villages de vacances et maisons familiales
- Centres de vacances pour enfants.
- Auberges de jeunesse et centres d'accueil de jeunes : qui sont des établissements régis par une association à but non lucratif, particulièrement fréquentés par les jeunes voyageurs.
- Refuges et chalets
- Centres sportifs
- Autres (foyers ruraux, campings, résidences hôtelières, gîtes...).

²⁰ **François Vellas**, « Economie et politique du tourisme international », Economica, 2002, P 85.

2.5.2. Associations de tourisme selon le lieu d'implantation :

Ils existent plusieurs types de structure des associations selon le lieu d'implantation à savoir :

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

L'essentiel de la capacité du tourisme associatif est donc composé de villages de vacances.

2.5.3. Le village de vacances :

Il est l'une des réalisations emblématiques du secteur associatif, l'appellation étant d'ailleurs aujourd'hui utilisée par des opérateurs touristiques autres que des associations, ce qui est une preuve de son succès. Créés à l'origine pour accueillir en priorité des familles, les villages de vacances sont amenés depuis une dizaine d'années à diversifier leur public.

Ce phénomène s'explique notamment par l'évolution de la cellule familiale elle-même (moins d'enfants, familles recomposées, monoparentales, début de vie de couple plus tardive...), par l'explosion des courts séjours et le développement d'une nouvelle demande : groupes de retraités, jeunes, « séjours tribaux » (famille élargie, recomposée et amis proches...).

2.5.4. Les associations touristiques à but non lucratif :

Les associations, organismes et groupements de tourisme à but non lucratif sont considérées comme Association, Organisme et Groupement de Tourisme à but non lucratif, les personnes morales qui se livrent de façon non permanente et non commerciale, à l'organisation de voyages et de séjours pour leurs adhérents.

Les associations, organismes et groupements de tourisme à but non lucratif sous la responsabilité de ministère de tourisme ou pas, ces organismes nationaux n'ont pas, d'un pays à l'autre les mêmes structures, les mêmes budgets, les mêmes objectifs, etc.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

Mais en générale ils ne peuvent s'exercer leurs activités qu'aux opérations énumérées à des articles législatifs, ou que s'ils bénéficient d'une autorisation d'exercer.

2.6. Règlementation des associations touristiques :

Peu d'associations ont connaissance de la réglementation qui s'impose à elles lorsqu'elles proposent des activités dites « touristiques ». Comme tout opérateur de tourisme, les associations doivent être « immatriculées » au registre national des opérateurs de voyages ou de séjours.

Les activités touristiques liées aux associations du tourisme :

Les activités liées aux associations touristiques dictées par la réglementation sont :

- L'organisation de « Forfaits touristiques », soit la combinaison d'au moins deux types différents. De services de voyages ou de séjours (transports, hébergements, restauration, visites...) dépassant vingt-quatre heures ou incluant une nuitée et vendus à un prix tout compris. Que ces forfaits soient produits par l'association ou distribués à la suite d'un achat auprès d'un opérateur de séjours ou de voyages, qu'il y ait ou non une rémunération de la part de ce dernier.
- Des services de voyages portant sur le transport, la location de véhicule et autres services touristiques (restauration, visites...) que l'organisateur ne produit pas lui-même. Pour la Chambre des associations et ses conseils juridiques, aucune durée n'étant précisée, cela concerne également les sorties à la journée.

Section 02 : lien entre les associations touristiques et tourisme de montagne.

Cette section permet d'identifier les informations nécessaires sur le lien entre les associations touristiques et tourisme de montagne. A cette effet nous présenterons les activités touristiques dans les montagnes qui inclut des actions qui sont organisées et planifiées dans l'espace de vie sociale, les activités plein nature...

Et puis en présente Les formations fournies par les associations touristiques, et nous terminerons par les outils que les associations utilisent pour atteindre ces objectifs.

1. Les activités des associations touristiques dans les montagnes :

1.1. Des actions qui sont organisées et planifiées dans l'espace de vie Sociale :²¹

1.1.1. Rencontres ponctuelles parents-enfants :

Les associations de tourisme de montagne proposent des temps de partage entre les enfants et leurs parents. Dans le but de favorises Le lien social en fusons plusieurs activités (sorties familiales; ateliers parents/enfants ; création d'une commission animation ; les spectacles ; randonnée pédestre ; camping en plain nature ; Projet vacances et alimentation...)

Objectifs :

- Développer les liens parents, enfants autour d'une activité.
- Faire découvrir une activité ludique, partager un savoir-faire, découvrir des lieux de Proximité (nature, patrimoine) en famille.
- Découvrir et fidéliser de nouvelles familles.
- Décentraliser des actions dans les petites communes pour toucher aussi les familles de la commune concernée.

1.1.2. Sorties Familiales :

De nombreuses nouvelles familles s'adhèrent à des associations et elles ont besoin de tisser des liens sociaux. C'est pour cela que la majorité des associations au monde font des sorties familiales

²¹ SALI F. OUARAB G. Le rôle des organisations associatives dans la promotion du tourisme de montagne, cas des associations de tourisme et sport de montagne de Tizi-Ouzou. Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme master en science commerciale, option : marketing hôtellerie et touristique. Université Mouloud MAMMERI Tizi-Ouzou, FSECG, 2018.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

Objectifs :

- Permettre aux familles de découvrir des sites et des lieux variés.
- Permettre aux familles du canton de se rencontrer, d'échanger et de passer un moment de convivialité.
- Permettre de faire des sorties à moindre coût.
- Permettre aux personnes non motorisées et aux personnes seules de bénéficier d'une organisation.
- Permettre à l'association de découvrir et de fidéliser les familles
- Contribuer à la mixité sociale un programme annuel de sorties est élaboré avec le petit groupe de suivi.

1.1.3. Spectacles en publics :

Le financement des spectacles en milieu rural, dans les villages.

Objectifs :

- Permettre aux communes de recevoir à « Domicile » des spectacles de qualité mais surtout permettre aux familles d'accéder à côté de chez eux à des spectacles de qualité.
- Favoriser l'accès à la culture pour tous.

1.1.4. Facilite l'accès aux salles de spectacles :

Les lieux de diffusion culturels sont très peu fréquentés par la population du territoire.

Objectifs:

- Favoriser l'accès à la culture pour tous.

1.1.5. Animations :

Est l'ensemble des activités ludiques, activités sportives (sorties touristique et conférences) et de loisirs au sein d'une structure du personnel dévoué pour divertir les clients, promouvoir la compréhension mutuelle et de leur faciliter l'accès aux services et aux possibilités que la structure et l'environnement autour qu'ils offrent.

Objectifs :

- Développer l'offre de sorties et de conférences, et de trouver un rythme plus régulier et s'appuyer sur l'expérience des partenaires.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

1.1.6. Services à la population :

Pendant de nombreuses années l'initiation à l'informatique a été la demande principale des adhérents et aussi la population montagnard mais elle s'est réduite au fil du temps: ces dernières années plusieurs d'associations touristique propose des : ateliers de langues; formation ; journée de sensibilisation et conférence.

1.1.7. Prise des photos dans les montagnes :

Les associations peuvent créer des groupes de partage d'expériences et connaissances dans le domaine photographique.

Il Contribue à la réalisation des objectifs de l'association en créant des liens et de réelles situations de coopération :

- Exposition photos ;
- Réalisation de photos et vidéo sur évènements touristiques ;
- Réalisation de photos pour évènements sportifs et d'animations.

1.1.8. Intégration des publics en difficulté dans leurs actions :

Dans Le cadre de sa mission d'Espace de vie sociale, plusieurs associations touristiques pourrait intégrer des publics « en difficulté ou isolés » dans certaines de ses actions.

1.2. Activités de Pleine Nature :

L'association a dans ses objectifs stratégiques de développer la pratique sportive en favorisant la création et le développement de structures permettant la pratique des Sport de pleine nature sur les territoires :

1.2.1. Randonnées :

La randonnée, pédestre ou en VTT, est certainement le sport qui réunit le plus d'adeptes en montagne. Les randonneurs aiment découvrir le paysage qui les entoure en profitant de l'air pur de la montagne.il faut cependant être bien entraîné car les reliefs de montagne rendent parfois la marche ou la course en VVT difficiles .de plus la météo a tendance à changer rapidement en montagne ,c'est pour ça qu'il faut toujours bien se renseigner et avoir un équipement adapté :k-way, boussole ,carte IGN ou GPS ,téléphone portable ... les randonneurs qui partent plusieurs jours d affilés dorment parfois dans des

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

« refuges » qui sont de petites habitations situées en montagne et accessibles gratuitement randonneurs pour dormir .Lorsqu'on randonne ,il faut éviter de sortir des sentiers de randonnée pour éviter de détruire la végétation et de déranger les animaux .Certains espaces autour des stations de ski sont d'ailleurs protégés et interdits aux randonneurs parce qu' ils constituent un refuge pour la faune et la flore.

Les vététistes apprécient particulièrement les reliefs montagnards car ils offrent des sensations fortes pour pratique du « VTT de descente », qui consiste à dévaler les pentes à toute vitesse.²²

1.2.2. Vélo de Montagne :

Le vélo en montagne est un sport idéal pour les amateurs d'endurance et d'effort physique. Il offre des challenges intéressants qui permettent de se dépasser.

Le vélo en montagne se pratique idéalement à la mi- saison, au printemps ou en automne.

1.2.3. Ski de montagne :

Activité sportive qui consiste à parcourir la montagne a ski. A la montée, le talon est libéré, on utilise des peaux de phoque que l'on colle sous les skis et éventuellement des couteaux lorsque la neige est gelée. Pour la descente on retrouve les caractéristiques classiques du ski alpin.

Cette activité est exigeante physiquement. Et pour assurer sa sécurité le skieur de randonnée doit avoir une bonne connaissance de montagne et de la neige. En effet les risques liés à la discipline ne sont pas à négliger. En particulier le risque d'avalanche.²³

1.2.4. Le snowboard :

Le snowboard est l'un des sports de glisse les plus pratiqués au monde avec le ski alpin. Il se pratique grâce à une « planche », bien recourbée sur les deux extrémités. Les fixations pour les chaussures maintiennent les deux pieds de manière perpendiculaire à la planche. Les chaussures sont des « boots » ou « bottes de neige ». Le snowboard, comme le ski alpin, peut se pratiquer en « freestyle », en « board cross », sur piste ou hors-piste.²⁴

²² https://fr.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A9gorie:Sport_de_pleine_nature. Consulté le 21/12/2020 à 10 :40

²³ https://fr.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A9gorie:Sport_de_pleine_nature. Consulté le 21/12/2020 à 10 :40

²⁴ https://fr.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A9gorie:Sport_de_pleine_nature. Consulté le 21/12/2020 à 10 :40

1.2.5. Escalade entre autres :

L'escalade est certainement l'un des sports les plus pratiqués en montagne avec la randonnée. Elle consiste à grimper sur les parois rocheuses avec la force des bras et des jambes, avec ou parfois même sans cordes. La via ferrata est un dérivé de l'escalade et consiste également à se déplacer sur des parois rocheuses, mais cette fois de manière horizontale, grâce à des câbles, des ponts, des échelles... l'alpinisme et encore un autre dérivé, il consiste à grimper en haut des cimes des montagnes, souvent enneigées voire même gelées.

L'alpiniste, en plus de l'équipement habituel de grimpeur, dispose d'un piolet, qui est un outil qui se plante dans la paroi rocheuse, mais également de broches à glace (fixation qui s'enfoncent dans la glace), et de gros crampons sous ces chaussures.²⁵

L'objectif c'est de rendre ces structures viables et pérennes.

1.3. Création d'une école d'aventure :

L'objectif de ces écoles est de proposer aux jeunes publics une approche non spécialisée des massifs montagneux locaux.

Avec l'éventail des activités proposées, en dehors de la découverte, ces jeunes devraient mieux connaître les risques inhérents au milieu montagnard, et ainsi, mieux savoir les réduire. Parallèlement, la notion de sécurité sera abordée de façon transversale.

Les jeunes vont pouvoir tester les principales techniques de progression adaptées aux terrains rencontrés et avec l'aide de leurs encadrants, dégager des fondamentaux qui leur permettront de parcourir la montagne avec sérénité et plaisir.

1.4. Semaine du développement durable :

En prenant appui sur l'évènement national, les associations touristiques ont réalisé ces dernières années des actions visant à sensibiliser les habitants à différentes problématiques du développement durable :

- Le recyclage ;
- Le gaspillage alimentaire ;
- Le compostage ;

²⁵ https://fr.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A9gorie:Sport_de_pleine_nature. Consulté le 21/12/2020 à 10 :40

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

- La mobilité douce ;
- Le covoiturage;
- Les Circuits courts de distribution;
- La pollution des sols les actions se sont organisées autour d'un forum d'une journée, mais aussi de projections/débats et d'animations comme une « Disco soupe ».

1.5. Jardin Pédagogique :

Sa vocation principale est d'accueillir des groupes scolaires pour des animations autour des sciences de la nature et de l'alimentation.

Ce Jardin joue un rôle important dans les domaines du lien social et intergénérationnel Et de l'éducation à l'environnement.

1.6. Fête De la Nature :

Cette animation, organisée chaque année en France par l'association BVE (bureau de la vie étudiantes), vise par la mise en place d'ateliers à destination de la population, à mettre en valeur des aménagements des Zones Humides. Ces dernières années, elle a été également le support de :

- Inauguration du sentier d'interprétation les chevaliers de l'Huile.
- Concours Photo sur le thème de l'eau.

Au-delà de l'organisation d'actions de sensibilisation comme la fête de la nature, le rôle des associations est de participer à la vie du réseau, participer au Comité de Pilotage de gestion des sites, visites de sites, formations...

2. Les formations fournies par les associations touristiques :

Chaque association a ces propres formations selon leurs besoins et leur budget, parmi ces formations on cite quelques-unes comme suit :

2.1. Initiation en tourisme :

Est une formation très importante pour les associations de tourisme; pour mettre ses adhérents dans un contexte de savoir générale sur le tourisme.

Cette formation permet au adhérent de connaître les concepts suivants : Aperçu historique du tourisme; définitions (tourisme ; touriste ; voyageur ...) ; produit touristique ; les professionnels du tourisme ; l'infrastructure touristique.²⁶

2.2. Création des projets touristiques :

La Gestion du Cycle de Projet (G.C.P) se focalise sur la gestion des interventions ou projets touristiques de développement ayant comme objectif de contribuer à changer une situation insatisfaisante en une situation satisfaisante.²⁷

La planification et la mise en œuvre des projets touristiques suivent une séquence bien établie, qui débute par une stratégie convenue, qui mène à l'idée d'une action donnée, qui est ensuite formulée, mise en œuvre, et évaluée en vue d'améliorer la stratégie et les interventions futures.²⁸

2.3. Secourisme :

La formation aux premiers secours est une formation progressive, pratique, où les connaissances nécessaires à la compréhension sont apportées aux cours d'exercices pratiques.

Elle utilise des techniques pédagogiques traditionnelles et modernes, décrites dans les recommandations pédagogiques et qui impliquent les participants, les amenant à réaliser les gestes et les conduites à tenir qu'ils auront à exercer sur le terrain.²⁹

Les premiers secours représentent l'ensemble des techniques d'aide apportée aux personnes qui ont besoin d'aide (accident ; problème de santé, victime...).

Ces techniques permettent d'apporter des réponses efficaces devant un danger vital et ont comme objectif d'en minimiser les conséquences tout en assurant la survie des personnes en leur prodiguant des premiers soins d'urgence.

²⁶ correze.franceolympique.com. Consulté le 17/01/2021 à 14 :32, p 52

²⁷ **SOUTH Research ASBL** ; « gestion du cycle de projet et le cadre logique », cercle de coopération des ONG de développement, page 5.

²⁸ Commission européenne – Europe Aïd, « manuel gestion du cycle de projet », CEAE, mars 2001, page3.

²⁹ Bureau de la formation et des associations de sécurité civile, « formation en premiers secours », 1ère édition Paris, janvier 2001, p 4.

2.4. Guide touristique :

Le métier de guide touristique consiste à prendre un groupe de touristes en charge et à assurer le bon déroulement de leurs visites et de leur voyage. Il est le garant du respect du contrat passé entre l'agence de voyage ou d'une association et les voyageurs en matière d'hébergement, de transport, d'excursions... Le guide touristique a donc un rôle administratif, mais pas seulement, puisqu'il partage ses connaissances et son amour du voyage avec les touristes lors de visites guidées, d'excursions... Il travaille pour une agence ou un organisateur de voyages.

2.5. Gestion et encadrement d'un groupe d'enfant :

Dans le cadre des Nouvelles Activités Périscolaires (NAP), les bénévoles des associations locales ont un rôle majeur à jouer pour faire découvrir aux enfants des activités culturelles, sportives et scientifiques.

En effet, les bénévoles associatifs sont des personnes ressources du territoire et peuvent partager avec les enfants leurs connaissances et leurs compétences. Mais apprendre à gérer et à encadrer un groupe d'enfants fait appel à des savoirs, des savoir-faire et des savoir-être qui nécessitent une formation.

2.6. Initiation à la connaissance de la vie associative :

« L'association, un espace démocratique d'action à mieux connaître »

Espace de liberté et d'action, une association réunit les volontés de personnes qui associent leurs connaissances et leur activité dans un objectif commun.

Et cette volonté collective s'incarne dans un cadre juridique et administratif que représente une association. En effet, défendre ensemble un projet nécessite aussi, au-delà des valeurs citoyennes et des ambitions éducatives, des connaissances sur le fonctionnement même du cadre qui va permettre leur mise en œuvre.

Ainsi, les bonnes volontés sont nécessaires, mais insuffisantes si les bénévoles veulent donner vie à leurs projets.

Or agir de manière collective dans le cadre d'une association soulève un certain nombre de questions comme la forme de l'association, son fonctionnement, la désignation de ses dirigeants, les obligations légales, les responsabilités civiles et pénales, les moyens de financement.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

Ainsi, en développant leurs compétences sur le fonctionnement de leur association, les bénévoles seront ainsi en capacité de mettre en pratique les valeurs qui les animent.

2.7. Comptabilité associative :

Une gestion rigoureuse de sa comptabilité est indispensable pour toute association qui veut faire vivre et surtout pérenniser son projet associatif.

Aussi, la formation à la comptabilité associative a pour but de développer les savoirs et les savoir-faire en matière de gestion comptable.

De sorte que les bénévoles associatifs soient en capacité de passer d'une gestion « familiale » en recettes et dépenses à une gestion comptable selon le plan comptable en débits et crédits.

2.8. Initiation en fonction employeur des responsables associatifs :

Le développement des associations locales nécessite de plus en plus l'embauche de salariés.

En conséquence, les dirigeants associatifs engagent leur responsabilité en endossant une fonction d'employeur qui exige la connaissance de procédures techniques et administratives.

Et pour concilier les droits et obligations du salarié avec les siens, l'employeur associatif doit apprendre à maîtriser des compétences spécifiques en matière du droit du travail ou des conventions collectives.

3. Les outils :

Les associations utilisent des différentes moyennes, ressources et des outils pour mieux atteindre leurs objectifs.

3.1. Guides / fiches pratiques :

Les fiches pratiques peuvent être considéré comme les outils les plus importants que les associations utilisent pour mieux mener aux résultats de leurs objectifs qui sont représenté par ce tableau ci-dessous.

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

Tableau N°06 : guide et fiches pratiques des associations.

Eléments	Significations
Les fiches pratiques du centre des ressources départementale de la vie associative.	le projet associatif, le financement et la fiscalité, les responsabilités des dirigeants, l'assurance, la gestion et la comptabilité, le compte de résultat, la fonction employeur, la communication...
Guide pratique de l'association.	Outils, fonctionnement, acteurs, communication, réglementation, manifestation, finances...
Les guides pratiques pour la vie associative.	Bénévolat, gestion comptable et fiscalité, gestion administrative et financière, emploi...
Les guides de l'accompagnement associatif.	RH, numérique, subvention, coopération, responsabilité sociétale, banques, fonds propres, trésorerie, fondations, associations employeurs, fusion...

Source : réalise par nous-même sur la base de : www.pass66.fr › S'informer, s'outiller.

Guide et fiche pratique de l'association est une véritable boîte à outils et un ouvrage de référence sur le fonctionnement associatif dans son ensemble :

3.2. Modèles de documents / Kits :

Il existe plusieurs types et modèles de documents / Kits parmi ces modèles on cite quelques-unes comme suit :

3.2.1. Boîte à outils des associations:

Kits clés en main, formulaires administratifs, modèles, fiches pratiques, checklists, quizz, textes et lois, glossaire...etc.

3.2.2. Le kit pratique de création d'une association :

Modèles de documents (statuts, règlement intérieur, etc.), déclaration de création d'association en ligne, formulaires utiles aux démarches...

3.2.3. Modèles de documents :

Statuts et règlement intérieur, courriers administratifs, lettres aux membres, convocations, documents comptables, animation de réunions, procès-verbaux, emploi, partenariat et mécénat, bénévolat...

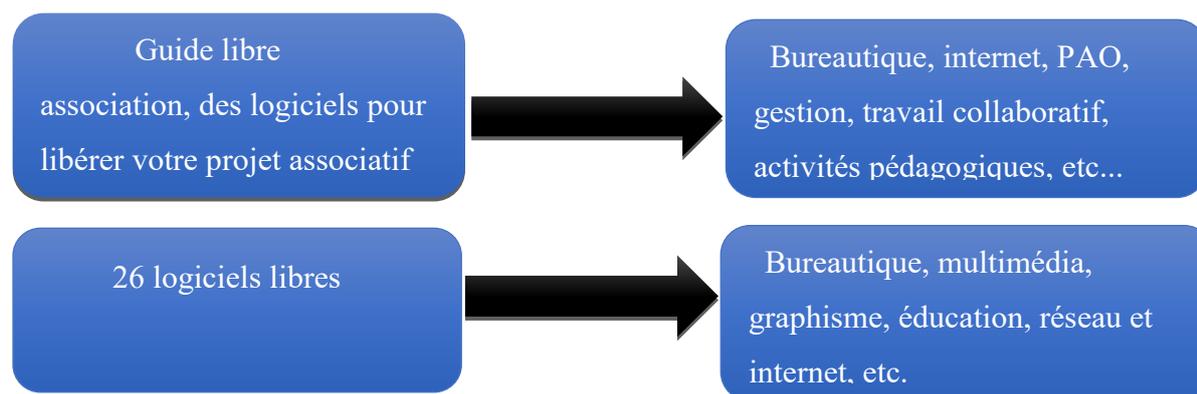
3.2.4. Boîte à outils :

Exemple de statuts, modèles (PV d'AG, bulletin d'adhésion, remboursement de frais, facture, budget prévisionnel, compte de résultat, reçu de don), règle de conservation des documents administratifs et comptables...etc.³⁰

3.3. Logiciels libres :

Il existe deux types de logiciel pour faciliter leurs tâches.

Figure N°03 : deux types de logiciel pour faciliter les tâches.



Source : réalise par nous-même à l'aide de : www.pass66.fr > S'informer, s'outiller.

D'après la figure les associations utilisent deux types de logiciel pour faciliter leurs tâches : les guides libres et les logiciels libres.

Les logiciels libres offrent à chacun la possibilité de les copier, de les modifier et de les diffuser à volonté et en toute légalité. Ils sont aujourd'hui en mesure de répondre à la plupart des besoins des associations.

³⁰ www.pass66.fr > S'informer, s'outiller, consulte le 24/11/2020, à 12 :02

CHAPITRE II : APPORT DES ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SUR LE DEVELOPPEMENT DE TOURISME DE MONTAGNE.

3.4. Les sources web utiles :

Il représente les domaines où les associations possèdent des sources web.

Tableau N°07 : il représente les domaines où les associations possèdent des sources web.

Domaine	Exemple de sources web
Actualités , informations	Centre de ressources départemental de la vie associative ; Association mode d'emploi ; Associa thèque ; Guide pratique de l'association ; Generation-en-action.com
Défense et promotion de la vie associative	Le mouvement associatif et solutions d'associations.org
Sites web institutionnels	Journal officiel ; association.gouv.fr ; service-public-asso.fr ; service-civique.gouv.fr...
Partenaires financiers et crowdfunding	Admical ; AiredieFrance active ; Annuaire des fonds et fondations...
Juridique	Juris-associations
Economie sociale et solidaire	CRESS Occitanie (chambre régionale de l'économie sociale et solidaire) UDES (union des employeurs de l'économie sociale et solidaire) Espace des acteurs de l'économie sociale et solidaire
Bénévolat	Plateforme numérique réserve civique Réseau social diffusez et tousbenevoles.org
Travaux ;analyses	-Recherches & Solidarités ; - Dataasso.org ; -Observatoire national de l'Economie Sociale et Solidaire....

Source : www.pass66.fr › S'informer, s'outille

Ils existent plusieurs types des sources web que les associations utilisent dans ces différents domaines et pour cela on a cité quelques exemples dans le tableau au-dessus tout cela pour atteindre ces objectifs.

Conclusion

En liaison avec leur rôle affirmé d'acteur de l'aménagement du territoire et du développement du tourisme, on notera la forte présence des structures associatives du tourisme est devenu très fréquent.

Les associations touristiques ont pour missions : Développer et faire promouvoir le tourisme de la région. Concevoir et élaborer des projets pour la promotion touristique (guide, brochures...) Etablir et mettre en place un plan d'action visant à la valorisation du tourisme.

Elles sont d'un appui majeur pour le développement du tourisme de montagne, c'est ce que nous avons vu au deuxième chapitre.

Introduction :

Le tourisme en zone montagne est en relation avec tous les autres secteurs qui font vivre les massifs : l'agriculture l'artisanat ; le commerce ; les transports ; les services publics et la culture. La modernisation de transport et création des pistes a permis de rendre accessible des régions de montagne reculées.

Chaque année les régions montagneuses accueillent de plus en plus de visiteurs ; les flux touristiques ne cessent pas de croître. Cette évolution implique les effets multi formes touchent les sociétés ; les systèmes économiques et l'environnement. Si la wilaya de Tizi-Ouzou bénéficie de développement de secteur de tourisme de montagne ; ce dernier présente aussi un risque pour l'équilibre et préservation des ressources naturelles et des biens culturels.

Le secteur associatif dans le tourisme et sport de montagne sont à la nouvelle création qui ont joué un rôle de développement et de promotion dans le secteur de tourisme de montagne.

Dans ce chapitre nous allons essayer de présenter toutes les opportunités touristiques de la Wilaya de Tizi Ouzou concernant le tourisme de montagne. Pour connaître le rôle et les outils de développement que les associations utilisent, nous avons utilisé le questionnaire comme moyen de collecte d'informations sur ces dernières.

Section 1 : présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Cette section est consacrée à la présentation des différentes spécificités géographiques qui caractérisent la wilaya de Tizi-Ouzou.

1. Situation géographique de la wilaya de Tizi-Ouzou :

Tizi-Ouzou est située à 100 Km à l'Est de la capitale Alger et à 80 Km de l'aéroport Houari Boumediene, c'est une wilaya côtière avec une façade maritime d'environ 80 Km de long, soit 7 % de la côte Algérienne.¹ Elle occupe une superficie de 2957,93 Km², soit à peine 0.13% du territoire national, dont 80% en relief montagneux avec une altitude moyenne de 800 m.

A l'issue du dernier découpage administratif de 1984, la wilaya de Tizi-Ouzou compte 21 daïras qui regroupent un total de 67 communes occupées par 1 300 000 habitants, dont 70% en milieu rural constitué de près de 1500 villages.²

Si l'Etat a consenti d'énormes efforts pour rapprocher l'administration des administrés avec la création de 29 nouvelles communes au dernier découpage administratif de 1984, il n'en demeure pas moins que la gestion et le suivi de 67 communes devient une lourde tâche pour pouvoir répondre aux besoins socio-économiques des populations de plus en plus exigeantes.

Il est utile de souligner que la wilaya de Tizi-Ouzou compte actuellement le plus grand nombre de communes à l'échelle nationale. Tizi-Ouzou, chef-lieu de la wilaya, est situé à mi-chemin entre la méditerranée et les hauts sommets de Djurdjura, sa position géographique: à 40 Km de la mer et à 50 Km de la montagne, fait de cette capitale la plaque tournante de la Kabylie.

Le toponyme de Tizi-Ouzou (Tizi n wezzu, en Kabyle) peut être traduit en français par « Col du Genêt », c'est en effet à l'abondance de cet arbrisseau épineux à fleurs jaunes, sur le col et les environs que la ville doit son nom.

¹<http://www.aniref.dz/monographies/ar/tiziouzou.pdf>, consulte le 03/01/2021 à 10:15.

² <http://www.aniref.dz/monographies/ar/tiziouzou.pdf>

Figure N°04 : Le découpage administratif de la wilaya de Tizi-Ouzou.



1.1. Le climat de la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi-Ouzou se situe sur la zone de contact entre les masses d'air polaires et tropicales, ce climat méditerranéen est caractérisé par la chaleur et l'humidité en été et froid (pluie et neige) en hiver.

Le froid est dû à des dépressions du front polaire et océanique qui balayent les montagnes et provoquent des pluies et des neiges en hiver. La pluviométrie moyenne se situe entre 600 et 1000 mm d'eau par an. Les précipitations peuvent varier considérablement d'une année à une autre, les neiges peuvent être abondantes sur le Djurdjura.

Quelques nuances dues à l'altitude viennent parfois corriger le schéma général: présence de nombreux micros climats parfois favorables au tourisme de repos estival ou sportif hivernal (Tala-Guilef, Tikjda et Yakouren). Ainsi le relief et le climat contiennent un important couvert végétal.³

³ Revue trimestrielle de l'APW de Tizi-Ouzou. N° 02, juillet 2018.

2. Aperçu Historique sur la wilaya de Tizi-Ouzou :

La région de Tizi-Ouzou, comme le reste des régions du pays⁴, compte un nombre important de sites archéologiques et de monuments historiques marquant les différentes périodes et qui ont permis son développement.

2.1. La conquête romaine :

« Le contact avec les marins phéniciens s'est très tôt manifesté sur les côtes Kabyles, en témoignent les noms composés des comptoirs d'échanges comme Rus Teddelest (Dellys), Rus Uccuru (Azeffoun), Rus uzazus (Tigzirt), Rus Apicir (village Abizar) ». ⁵

Les Romains, les ont repris pour fonder leurs premiers établissements et pénétrer par la suite, plus profondément dans le pays.

Les villes Romaines se situaient toutes sur la côte. En effet, la côte constituait le premier point de chute et d'occupation des romains dans le pays.

2.2. La Première conquête arabo-musulmane :

En 647, les cavaliers arabes et musulmans mènent leurs premières razzias en Afrique. Le Tell, pays montagneux et difficilement accessible à la cavalerie, reste en marge durant le premier siècle de la conquête. Les informations qui traitent de cette période sont rares et éparées : pour la Kabylie orientale, par exemple, on sait que Mila fut prise en 678, avant Constantine, sans que l'on puisse dater exactement la chute de cette dernière, qui était pourtant un centre économique majeur ; plus à l'ouest, dans les montagnes qui entourent Saldæ (Béjaïa), l'opposition à laquelle les conquérants se heurtent est telle qu'ils baptisent la région el aadua, « l'ennemie ». ⁶

Ici, comme ailleurs sous l'impulsion de chefs tels que Koceila ou Kahena, les tribus berbères, parfois alliées aux Byzantins, résistent pendant plusieurs décennies avant que le califat omeyyade, en 710, puisse faire du Maghreb entier une de ses provinces. Comme ses prédécesseurs, le nouveau pouvoir pèse d'abord sur les populations citadines. En 740, des tribus autochtones se révoltent contre la politique fiscale et la traite des esclaves conduite par les représentants de Damas; de l'Atlas marocain jusqu'à la Libye, les armées berbères rassemblées au nom de l'égalitarisme kharidjite reconquièrent sur les troupes du calife sunnite

⁴Le patrimoine culturel et la société de proximité (dépliante de la direction de la culture), 2018.

⁵T. BELLAHSEN, « la colonisation en Algérie : processus et procédure de création des centres de peuplement, institutions, intervenants et outils », thèse de doctorat, Université de Paris 8, 2006, p69.

⁶<http://Kabyleuniversel.com>. Consulte le 03/01/2021 à 11 :00.

la plus grande partie de l'Afrique du Nord, d'où la disparition temporaire de la présence arabe.

En Kabylie, la période du VIII^e au XI^e siècle voit se côtoyer, sur un territoire qui s'étend alors de Cherchell à Annaba et de la Méditerranée aux premières montagnes sahariennes, trois groupes de tribus berbères aux dialectes proches et généralement alliés : à l'est de la Soummam, les Kutamas; à l'ouest de Dellys, les Sanhadjas; entre eux, les Zouaouas.

2.3. La régence ottomane :

La pénétration Turque s'est faite en 1640, les turcs ont procédé à l'établissement d'un poste d'observation sur le monticule semblant le col des genêts par le sud.

Après, s'être battus contre les derniers chefs des Boukhtouchenes, les turcs décidèrent d'occuper tout le bassin du Sébaou.

Ainsi, vers 1720, Ali Khodja fut le premier caïd à être nommé par le Dey d'Alger pour surveiller la Kabylie et asseoir durablement la présence turque dans la vallée du Sebaou.

« Dans le domaine de la défense, Ali Khodja fut un bâtisseur. Il édifia, d'abord le bordj Sebaou à hauteur du village Tadmait. Par la suite, il agrandit et fortifia l'ancien poste d'observation de Tizi-Ouzou qui devint dès lors Bordj Tizi-Ouzou.

De cette époque, date aussi la création de deux importants marchés hebdomadaires ; Souk El Thnine de Baghlia et Souk Sebt Ali Khodja à Oued Falli non loin du Bordj Sebaou. Ce dernier constituait le poste commercial de la région, il fut transféré ensuite à Tizi-Ouzou ».⁷

2.4. La période coloniale :

A ses débuts, l'occupation française a reconduit l'essentiel du processus de domination turque en Kabylie. Dans sa progression militaire, l'armée française a occupé les anciens bordjs turcs. C'est avec la prise d'Icherridhen à larbaa Nath Irathen en 1857, que les corps expéditionnaires ont pu achever la conquête de la Kabylie. Les Français ont construit des villages européens notamment à Tizi-Ouzou, Azazga, Tizgirt, Draa Ben Khedda, Azefoun et Larbaa Nath Irathen. Au moment de la pénétration française dans le massif du Djurdjura, la

⁷M-S FREDJ: « Histoire de Tizi-Ouzou des Origines a 1954 », Edition entreprise Algérienne de presse ENAP, 1990, p36.

Kabylie jouissait déjà d'institutions politiques électorales. Les Français remarquèrent que les villages et les tribus montagneuses présentaient des modèles remarquables de construction et d'organisation. Dans les montagnes kabyles, on continuait d'évoluer dans une organisation sociale authentique et traditionnelle.

3. Potentialités touristiques :

De par les nombreux atouts dont elle dispose en termes de richesse et de diversité des gisements touristiques, la wilaya de Tizi-Ouzou est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays car 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 Tizirt et Azeffoun, Tizirt ayant servi de site pour la construction d'une ville romaine.

3.1. Les potentialités naturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'atouts naturels qui peuvent participer au décollage touristique, voire même économique.

3.1.1. Les Forêts :

La forêt est aussi omniprésente avec toutes ses variantes, forêt dense, sous-bois et maquis véritable tapis végétal luxuriant composé entre autres de différentes variétés de chênes, et de lentisques ainsi que des cèdres qui alternent avec une arboriculture de montagne jadis vivrière ou prédominant oliviers et figuiers. On citera les forêts de Yakouren, des Ath Ghobri et de Mizrana.⁸

Une côte sauvage très escarpée relativement préservée et pratiquement inexploitée offre des possibilités d'investissement.

Les forêts sont essentiellement de type méditerranéen et couvrent 112 182,64 ha, soit 38% de la superficie de la wilaya.

⁸J. MORIZOT : « les kabyles, propos d'un témoin », Edition Le Harmattan, 2001, p26.

3.1.2. Le littoral :

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

- Des plages, généralement formées aux embouchures des oueds.
- Des falaises avec deux types de morphogènes:
- Des falaises vives exposées aux effets directs de l'érosion marine, celles-ci sont le résultat du contact avec la mer.
- Des falaises mortes généralement séparées de la mer par des plages sableuses ou caillouteuses.

Les plages sont situées aux embouchures des oueds, certaines sont même coincées entre les flancs abrupts de ces oueds.

Cette frange s'étend sur une bande côtière de 80 km, qui comporte une succession de plages de différentes capacités qui sont:

- Les plages autorisées aux baignades: la plage de Tassalast, la plage de Tigzirt ou la grande plage, la plage Feraoun, plage Caroubier, la plage d'Azzefoun, la plage de Sidi Khelifa, et la plage Petit Paradis.
- Les plages non autorisées aux baignades sont: la plage d'Abechar, la plage de Zeguezou, la plage de Djemaa Nerbat, la plage de Blérouna, la plage de l'oued Irzer, la plage de l'oued Mleta.⁹

3.1.3. Les reliefs et les montagnes de la wilaya de Tizi-Ouzou :

Le relief de la wilaya de Tizi-Ouzou peut se confondre avec la montagne. En effet, le relief de Tizi-Ouzou est constitué de 94% de montagnes et de piémonts.¹⁰

La wilaya de Tizi-Ouzou présente un territoire très morcelé, contrasté et compartimenté. On distingue du Nord au Sud:

⁹A. TESSA: « économie et aménagement de territoire », Edition OPU, cité dans le mémoire de fin d'année promotion de tourisme en Algérie cas TO, 2005-2006.

¹⁰R. LESPEL : « Le climat de la Kabylie du Djurdjura », Annal de géographie, 1999, volume 18, p24, en ligne (archive) sur PDF.

➤ **La chaîne du Djurdjura :**

Appelé montagnes de fer par les romains, le Djurdjura est un massif montagneux dont le point culminant est Lalla Khedija (2.308m).

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

➤ **TALA GULEF :**

TALA GULEF ou bien la « vallée du sanglier », située dans la majestueuse du Djurdjura, cote Boghni, à 1500m d'altitude, on y trouve ce petit paradis une forêt magnifique, elle représente l'endroit tout indiqué pour les amoureux des randonnées pédestres de par ses chemins et pistes abruptes et rocaillieux.

➤ **LALLA KHEDIDJA :**

C'est le plus important par sa forme pyramidale importante. Il offre des vues admirables à l'usage de la RN5 sur une distance de plus de 60 km. Outre le pic de LALLA KHEDIDJA qui attirait, jadis, un grand nombre d'aventuriers grâce à la vue dominante qu'il offre sur les deux flancs du massif, le massif compte trois autres cimes : Timdouine, Akouker, et Haizer. La forêt qui s'étend sur une superficie de plus de 112000 ha abrite plusieurs endroits réputés à l'image de Tala Rana, qui représentait, la destination préférée des randonneurs de la région.¹¹

➤ **Le gouffre du BOUSSOUIL (1259 mètres) :**

Anou Boussouil ou « le gouffre de Boussouil » Est une cavité souterraine karstique d'une profondeur de 805 m, située entre le col de Tizi N'Koulal et Tikjda.

➤ **Les grottes du Macchabée :**

Les grottes de Macchabée présentent un attrait touristique indéniable. Elle se trouve près de AIN EL HAMMAM (anciennement Michelet), est située en face du village AIT MISLAIENE, sur la partie de la montagne se trouvent devant AIT OUVANE dans la commune d'AKBIL, avec une profondeur de 275m. Elle tire son nom d'un cadavre découvert par des spéléologues lors de sa première exploration à la fin du XIX^{ème} siècle.

¹¹Www. Liberté-algerie.com consulté le 17/02/2021 à 15h22.

La grotte de macchabée

➤ **Le pic d’Azrou N’Thour :**

C’est un pic de 1850 mètres d’altitude qui domine la région d’Iferhounéne, offre un lieu de tourisme et villégiature où l’on peut se détendre et s’éloigner du stress et des tensions. C’est dans une ambiance festive que certaines régions de Kabylie, particulièrement celles d’Iferhounéne, célèbrent les fêtes traditionnelles qui s’organisent chaque année autour des lieux saints et autres mausolées.¹²

➤ **Les cols de TIROURDA (1700 mètres) :**

Est situé sur les hauteurs du majestueux Djurdjura, à une altitude dépassant les mille cinq cent mètres, au nord-est de la daïra d’Iferhounéne. Ce col qui devait être un site touristique est beaucoup fréquenté ces derniers temps par des familles et les férus de la nature, est devenu une destination et un lieu des plus privilégiés. Le col de Tirourda est réputé pour son climat sain, un endroit majestueux et aussi admirer pour son air pur.¹³

➤ **TIZI-N’KOUILAL :**

Le site de Tizi n’Kouilal qui s’élève à une altitude de 1560 m et situé à califourchon les wilayas de Tizi-Ouzou et de Bouira. Ce lieu mérite bien de la considération si on s’en tient à sa seule situation géographique.

3.2. Les potentialités culturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou :

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

3.2.1. Le patrimoine historique de la wilaya de Tizi-Ouzou :

Le patrimoine historique est constitué de tout ce qui apporte un témoignage sur l’histoire d’un lieu ou d’un peuple. Chaque région possède son propre patrimoine historique.

Quelques patrimoines archéologiques et historiques de la wilaya de Tizi-Ouzou sont représentés dans le tableau ci-dessous:

¹²Www. Liberté –algerie.com consulte le 17/02/2021 à 15h22.

¹³Www. Depechedekabylie.com consulte le 17/02/2021 à 17h.

Tableau N°08 : Les vestiges historiques et archéologiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Bien culturel immobilier	Localisation	Mesure de protection
Ruines romaines dites «Habs El Ksour»	Azeffoun	patrimoine national
Mausolée romaine de Taksebt	Iflissen	Patrimoine national
Ruines romaines de tizirt temple et basilique	Tizirt	Patrimoine national
Bordj Turc de Tizi-Ouzou	Tizi -Ouzou	Patrimoine national
Résidence des Ait Kaci	Tizi-Ouzou	Patrimoine national
Centrale hydraulique de Boghni	Boghni	Patrimoine national
Maison de Lalla Fatma N'Soumeur	Iferhounane	Patrimoine national
Village d'Ait El Kaid	Agouni Gueghrane «Ouadhias»	Patrimoine national
La maison d'Abane Ramdane	Azouza «Larbaa Nath Irathen»	Patrimoine national
La maison de krim Beikacem	Ath-Yahia moussa	Patrimoine national

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat.

3.2.2. Les manifestations culturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou :

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

A. Les festivals de la wilaya de Tizi-Ouzou :

Quelques festivals de la wilaya de TO sont présentés comme suit :

- **Festival de la poterie a Maatka :**

Le festival de la poterie se Déroule chaque année, en mois de juin ou juillet, dans la région de Maatka, près de Boghni au sud de Tizi-Ouzou. Le métier de la poterie dans cette région est essentiellement féminin. Cette année 2014, le festival à fêter sa 5^{ème} édition.

- **Festival de la robe kabyle à illoula Oumalou Bouzegune :**

Le festival de la robe kabyle A lieu dans le village Ihemziene situé à environ 60 km au sud-est de Tizi-Ouzou. Le festival tente de promouvoir la confection de la robe kabyle et de

sauvegarder ce patrimoine qui représente une partie de l'identité kabyle. En 2013 c'était sa 4^{ème} édition

- **Festival du film Amazigh à Tizi Ouzou :**

Créé en 1999, le festival du film amazigh, dont la 13^{ème} édition a eu lieu le mois de mars 2013, c'est fixé pour objectif la promotion de la mise en valeur du cinéma amazigh et favoriser les échanges interculturels.

- **Festival de la poésie amazigh a Timizart :**

Le festival de la poésie amazigh en hommage aux poètes Youcef Oukaci et Si Mohand Oumhand a fêté en 2012 sa 10^{ème} Edition.

- **Festival livre en fête à Tizi Ouzou :**

Cette manifestation culturelle est destinée à la promotion de la lecture publique, en suscitant l'intérêt des enfants pour l'acte de lire, par le biais de l'organisation d'une panoplie d'activités ludiques et récréatives, joignant l'utile à l'agréable. sa 4^{ème} édition en 2013. Sa 5^{ème} édition 2014.

B. Les fêtes locales de la wilaya de Tizi-Ouzou :

Depuis plusieurs années, les fêtes sont organisées dans différentes régions de la wilaya, nous allons citer quelques un :

- **Fête de bijou d'argent à Ath yenni :**

Les Ath Yenni fêtent chaque année la fête du bijou en argent. Le bijou de cette région est réputé par la finesse de l'ouvrage, cette année 2014 la fête Del fetta (argent) a eu lieu en mois d'aout.

- **Fête de la figue à Lemsella Illoula Oumalou :**

Cette fête devenue le rendez-vous incontournable des paysans-producteur de figue, se distingue par une programmation riche et variée axée sur la valorisation de ce produit de terroir. Elle se déroule au mois de septembre. En 2013, elle a fêté sa 7^{ème} édition.

- **La fête de cerise a Larbaa-Nath irathen Iboudraren (LNI) :**

Cette fête se veut une Occasion pour valoriser cette espèce de fruit et surtout attirer l'attention des responsables et des cultivateurs sur la nécessité de la protéger et la développer.

Cette fête se déroule au mois de juin dans deux régions. En 2013, LNI a fêté sa 8^e édition compte au village Ait Allaoua (Iboudraren) il a fêté sa 4^eme édition.

- **La fête de l'olivier à Ain Zaim Maatkas :**

Sensibiliser et expliquer la Nécessité de préserver l'olivier sont des objectifs de cette fête. En effet, le travail de l'oléiculture doit être pérennisé et rentabilisé d'avantage, car il peut constituer une ressource non chômage et générer des bénéfices importants aux oléiculteurs de toute la région. Maatka a fêté en 2012 sa 3^eme édition.

- **Fête nationale du couscous traditionnel a Frikat Draa-El-Mizan :**

Inciter par la maison Lahlou, une Entreprise familiale spécialisée dans la fabrication du couscous traditionnel. Cette fête permet de faire sortir les localités de draa-el-mizan et la wilaya de Tizi-Ouzou de l'anonymat.

- **La fête de la figue de barbarie à Sahel Bouzeguène :**

Cette manifestation vise à préserver les coutumes et les traditions, promouvoir la culture de la figue de barbarie et développer le tourisme. Elle a célébré sa 1^{ère} édition en 2012.

La wilaya de Tizi-Ouzou fait partie des wilayas qui abritent le plus de festivals durant la période estivale. Ces différentes manifestations locales permettent la mise en valeur et la pérennité de patrimoine de la wilaya.

3.2.3. Le patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou

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

Ces manifestations culturelles traditionnelles et populaires, qui sont pratiquées à ce jour, sont transmises de génération en génération. Anzar, Yennayer, TamaYra n Tefsut, Timecret, etc., sont des rites et des traditions millénaires qui ont traversé le temps malgré les occupations et invasions étrangères qu'a connues la Kabylie. Le secret de cette pérennité réside dans l'attachement de la population de cette région à sa culture et à ses racines ancestrales.¹⁴

¹⁴ Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture 2009.

- **Langue berbère**

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

- **Les contes**

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

- **Le folklore**

Le folklore local de la région de Tizi-Ouzou est représenté par un certain nombre d'éléments tels que:

- **La musique**

Les kabyles sont très amateurs de musique. Toute fête est accompagnée de chants. La musique Kabyle se considère comme un vecteur puissant pour le combat identitaire de tout un peuple.

- **Le chant**

Les kabyles ont toujours beaucoup chanté mais rares sont les occasions où les femmes et les hommes chantent ensemble.

3.2.4. Le patrimoine matériel de la wilaya de Tizi-Ouzou :

La wilaya de Tizi-Ouzou, à l'instar des autres wilayas, compte un nombre de sites archéologiques et monuments historiques marquant les différentes périodes préhistoriques, protohistoriques, antiques et médiévales.

Stèle d'Abizar: Elle est le témoin vivant d'une cosmogonie civilisation elle profonde qui représente pour la Kabylie une autre fierté.

La région recèle un patrimoine historique et archéologique riche et varié. Il présente sous forme d'industrie lithique (Ait Men, Azru B'ar, Azru uYeddu ...) de peintures et gravures rupestres d'Azru Imedyazen, l'Abri sous Roche d'Ifigha, Cap Tadies de monuments funéraires (Ait R'houna), de traces de villes antiques (Tigzirt et Azeffoun), de bordj (Bordj Turc), de

villages kabyle (Ait El Kaid), ... etc. En plus de ce patrimoine archéologique, la wilaya, est réputée pour la diversité, l'originalité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers tel: la bijouterie, la poterie, la tapisserie, l'ébénisterie, le tissage, la vannerie, la broderie, la couture des robes traditionnelle.¹⁵

3.3. L'artisanat :

L'artisanat est l'art de vie des berbères, c'est à la fois un métier et une tradition transmise de génération en génération. Ainsi chaque région de la grande Kabylie, pour ne pas dire est réputé pour sa production artisanale, car la population a dû préserver l'aspect culturel et original de ses œuvres qui évoquent un passé et traduisent leur modeste vie quotidienne. La grande Kabylie est réputée pour la diversité de sa production artisanale qu'on recense dans les activités suivantes:

3.3.1. La bijouterie :

La bijouterie en argent est une activité artisanale de l'homme et de la femme kabyle. Les artisans qui ont une bonne maîtrise technique de la production sont surtout actifs dans la région de Ath- yenni avec près de 50% des effectifs, répartis sur sept villages, (Taourirt Mimoun, Ath-Larbaa, Ath-Lahcène, Agouni-Ahmed, Thaourirt-El-Hadjadj, Tigzirt, Thansaout).¹⁶

3.3.2. La poterie :

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

3.3.3. Le tissage :

Le tissage a toujours été une activité artisanale familiale occupée par la femme exclusivement. Répondant aux besoins domestiques, cette activité connaît néanmoins une régression et une dévaluation au niveau qualité dues au remplacement des colorants végétaux par la teinture chimique et la laine par la fibre synthétique, ce qui a contribué à dévaloriser et d'évaluer la qualité naturelle du tapis, si bien que les caractéristiques ancestrales et les motifs

¹⁵M. DONSIMONI et M. KEMMAR: « Les bijoutiers d'Ath Yenni »; p 35- 36, édition Acha.

¹⁶Ibid. p 35- 36.

de décoration des tapis n'ont pas encore disparu, toutefois, ces activités sont répandues dans la région des Ath Hichem. Les différents objets de tissage sont Axiaux, Aadil, Aaban, les tapis et le burnous.

3.3.4. La broderie et costumes kabyle :

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

3.3.5. La tamiserie, carderie, sellerie :

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

3.3.6. La vannerie :

Produit utilitaire et décoratif par excellence, l'activité a subi une régression dramatique, l'osier est une plante propice et foisonnante pour cette industrie, en Kabylie, les rameaux d'oléastre et le roseau sont des matériaux idéaux pour la vannerie. Jadis, apanage de la région de Djemaa-Saharidj, Ibetrounen, et Ouadhias et pratiquée exclusivement par les femmes, la gamme de produits est très large : corbeilles à pain, à dessert, à linge, lustre, lampes, de chevets, sac, paniers à provisions et même berceaux.

3.3.7. Le travail du bois et L'ébénisterie :

Activité exclusivement masculine, la sculpture en bois est un art populaire exercé par les kabyles depuis longtemps, les coffres kabyles en sont témoins, massifs non dénués d'élégances, vu leur spécificité dans l'organisation architecturale de la façade, leur couleur et le choix de certains motifs sculptés qui lui sont presque exclusifs, leur a donné réputation qui dépasse nos frontières, engendrant un respect morale et mythique. Aujourd'hui cet art est très développé, qui ajoute aux anciens motifs géométriques, les motifs du tissage et de la poterie. L'artisanat produit des multitudes d'objets; table, bibliothèque, chaise, etc.¹⁷

¹⁷AIT OUSLIMANE D. BOUCHEFRA D : le tourisme comme facteur de développement durable : enjeux et perspectives. Cas : wilaya de Tizi-Ouzou. Mémoire fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques option : économie de développement durable et de l'environnement. Université Mouloud MAMMERI Tizi-Ouzou, FSECG, 2017.

3.4. Les contraintes de mise en place des circuits touristiques :

Dans le but de comprendre pourquoi les circuits touristiques ne sont pas développés dans la wilaya de Tizi-Ouzou, une étude faite par un questionnaire soumis à quelques agences de tourisme et de voyages pour déterminer l'état de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Les réponses sont unanimes, l'activité touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou n'est pas développée à cause de plusieurs éléments:¹⁸

- La crise politique dite « décennie noire », 1990-1999;
- La crise économique et sociale des années 1990-2010;
- Les événements du printemps noir dus au soulèvement populaire des « Archs »;
- L'insécurité qui frappe tout le pays mais la Kabylie en particulier depuis 1992;
- Le tarissement des flux de touristes étrangers depuis 1990;
- La rente pétrolière s'est substituée aux activités touristiques, artisanales et agricoles.

Néanmoins, malgré ce constat amer partagé par tous; il est indéniable que la wilaya dispose d'un gisement d'atouts de potentialités et d'attractivités touristiques, mais qu'elle n'arrive pas encore à exploiter. Depuis la crise des finances publique de 1986 (chute brutale des prix hydrocarbures), l'Etat n'investit plus dans le secteur hôtelier et touristique. Il continue tout juste à gérer ce qui reste du parc public après les privatisations des années 1990- 2000. Le secteur privé est largement majoritaire.

En ce qui concerne les circuits touristiques, les agences de voyages proposent aux clients des itinéraires touristiques à travers certaines localités de la wilaya mais la faible demande que ce produit enregistre fait que celles-ci n'organisent pas énormément de circuits durant l'année.

D'autres agences organisent elles aussi des circuits, quasiment tous en dehors de la wilaya notamment au Sahara, mais aussi à l'étranger (Turquie, Tunisie, Arabie Saoudite...).

¹⁸Ibid.

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

4. Associations de tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou :

Plusieurs associations culturelles, sociales, sportives et touristiques ont été enregistré plus récemment au niveau de la direction du tourisme de la willaya de Tizi-Ouzou. Nous avons souligné quelques associations touristiques qui sont représenté dans le tableau qui suit :

Tableau N°09 : présentation de quelque association touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

N°	Désignation	Téléphone	Président	Adresse
01	Association de Tourisme AMNIR Tizi-Ouzou.	Mob : 05 61 84 55 26 05 53 13 52 76 07 71 10 90 28 Facebook : Association touristique AMNIR de Tizi-Ouzou Email:Amnirasso@yahoo.com	M'BOUNOUAR Mohamed salah	Coopérative El Yasmine Quartier A. ilot D zone Sud Nouvelle Ville Tizi-Ouzou.
02	Association Tourisme de Montagne de Djurdjura à Iboudrarene	Mob : 06 98 69 51 02 06 69 73 22 40 Facebook : Association de Tourisme de montagne de Djurdjura	M'BELHCEN Ali	Tala N'Tazert ,15116 IBOUDRARENE Tizi-Ouzou.
03	Association Trésor Touristique Algérien	Mob : 05 58 65 78 62 Facebook : Djurdjura Tamazight Email: jurjuraamazight@outlook.com	M ^{me} DAHMANI Ourdia	Ex Gare routière Tizi-Ouzou
04	Association touristique « village du monde »	Mob : 06 62 52 34 54 Facebook : association touristique, village du monde, iguersafene Email:village2monde@gmail.com	M'RAAB Rafik	Village Iguersafene Cne IDJEUR Daïra de Bouzeguene
05	Association Touristique « l'Etoile de la Montagne ».	Mob : 0559 27 83 98	M'SANHADJ Karim	Auberge de Jeunes de Beni Yenni
06	Association Touristique AZETA Ait Yahia Ain El Hammam	Mob :	M'Ould Belaid Amoukrane	Maison du Tapis village d'Ait Hichem
Total 06				-

Source : [https://dta-tiziouzou.dz/dz/index.php/tourisme/promotion-touristique/71-office-et-associations-touristiques.](https://dta-tiziouzou.dz/dz/index.php/tourisme/promotion-touristique/71-office-et-associations-touristiques)

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

Les associations touristiques dans la wilaya de Tizi-Ouzou ont été créées dans le but de développer le tourisme en général dans la wilaya et mettre en relation les touristes et la nature. Le nombre d'associations sur le territoire de la wilaya est insuffisant pour pouvoir développer efficacement le tourisme.

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

Pour faire ressortir le rôle des associations touristiques, nous utiliserons la méthode du questionnaire élaboré et soumis aux présidents des associations de tourisme et de sport de montagne de la wilaya de Tizi-Ouzou.

1. Population totale et échantillonnage :

Il existe plusieurs associations activant dans la wilaya de Tizi-Ouzou. Notre population totale est composée de l'ensemble des associations ayant des activités dans les montagnes et reliefs de la wilaya de Tizi-Ouzou. Du moment que nous n'avons pas le nombre exact de ses associations, nous avons sélectionné un échantillon de dix (10) associations, élaboré par la méthode dite boucle de neige c'est-à-dire que notre échantillon s'agrandit au fil d'avancements de la recherche.

2. Présentation de questionnaire :

L'élaboration et la rédaction du questionnaire n'est pas une science exacte, mais une opération capitale dans la réalisation d'une enquête par sondage afin d'atteindre ses objectifs.

En effet, le questionnaire est une technique d'interrogation individuelle, standardisée qui relève d'un long travail de réflexion qu'il faut confronter à la réalité sur le terrain. C'est pourquoi nous avons accordé beaucoup de soin et d'attention à sa préparation.¹⁹

D'après Harper W. Boyd et Ralph Westfall: « Un questionnaire doit remplir deux fonctions: il doit traduire des objectifs de recherche en questions spécifiques auxquelles la personne interrogée peut répondre, et il doit inciter la personne interrogée à coopérer à l'enquête et à fournir les informations correctement ».

Afin d'éviter des biais dans les réponses, nous avons essayé de poser des questions :

- **Facile à comprendre :** Chaque question a été formulée dans un langage accessible aux répondants.
- **Stimulantes :** Les questions sont censées porter en elle-même une incitation à la réponse.
- **Précise :** Les questions devraient normalement susciter des réponses fiables, et permettre un bon traitement des résultats.

¹⁹www.scribbr.fr/methodologie, consulte le 17/02/2021 à 19h40.

Notre questionnaire s'est inspiré de plusieurs autres questionnaires établis pour découvrir leur rôle dans la promotion de tourisme de montagne. Il a comme principal but de découvrir les rôles et les outils de promotion de tourisme par rapport aux diverses activités touristiques et sportives proposées. Ce questionnaire comprend 16 questions (voir annexe...) et a été administré durant la période qui s'étend de décembre 2020 à février 2021.

2.1. Le type des questions posées :

Notre questionnaire est composé essentiellement des questions fermées et des questions ouvertes pour permettre aux répondants de répondre d'une manière directe et précise et faire ressortir le rôle de chaque association

2.2.1. Les questions ouvertes :

Ces questions permettent au répondant de s'exprimer librement en choisissant ses propres termes afin d'apporter de nombreuses idées auxquelles nous n'avons pas pensé. En revanche, ces questions sont difficiles à codifier et interpréter lors de l'exploitation du questionnaire.

2.2.2. Les questions fermées :

Ce sont des questions qui offrent le choix entre un membre limité de réponse. Ce type de question maintient l'enquête dans les limites du sujet et évite les réponses déformées. Le travail du répondant se résume donc à cocher la réponse choisie. Dans le cas des questions fermées nous avons utilisé :

- **Des questions dichotomiques :** ces questions n'offrent que deux types de choix possibles. L'intéressé doit répondre par exemple par: oui ou non. (Question 01 ; 02 ; 03 ; 10 ; 11 ; 12).
- **Des questions à réponse numérique :**(Question 08).

2.2.3. L'ordre des questions :

Dans notre questionnaire nous avons essayé de respecter l'ordre des questions. En effet, elles n'ont pas été présentées au hasard. Un ordre précis a été respecté. Car la séquence des différentes questions doit être perçue comme logique par le répondant. L'ordonnement des questions est très important dans la rédaction d'un questionnaire.

Les premières questions de notre questionnaire sont des questions simples, plus faciles et non menaçantes. Elles portent sur des éléments bien connus du répondant. Cette série de

questions a pour but essentiel d'éveiller l'intérêt de répondant et de le familiariser avec le questionnaire. Elles permettent aussi de préparer le répondant pour les questions suivantes.

Le questionnaire se compose de cinq axes principaux: le premier est une fiche de renseignement sur chaque association; le second axe vise l'organisation de chaque association et le troisième axe porte sur les activités de chaque association, le quatrième axe est basé sur les activités touristiques dans la montagne et le dernier axe s'articule sur le financement de chaque association et l'objectif de développement de tourisme de montagne.

a. Fiche de renseignement sur l'association :

Comprend plusieurs points essentiels qui s'articule sur le nom de l'associations la date de création, l'adresse, et puis la taille de l'association enfin le rôle de l'association.

b. L'organisation de l'association :

- Organisation des séjours(Q01) ;
- Organisation des actions de bénévoles de nettoyage(Q02) ;
- Organisation des formations(Q03) ;
- Les moyens de partage l'information à l'extérieur(Q05).

c. Activités de l'association :

- Le secteur d'activité de l'association (Q04) ;
- Le territoire d'investissement de l'association (Q05) ;
- Le public touche par l'association (Q06).

d. Les activités touristiques dans la montagne :

- Célébration des événements précis(Q07) ;
- Affectation des excursions(Q08) ;
- Montage de projet touristique(Q10) ;
- La relation avec les acteurs institutionnels (Q11).

e. L'objectifs de développement de tourisme de montagne :

- Les aides ou les subventions des collectivités locales ou de l'Etat (Q12) ;
- Les relations avec les acteurs institutionnels (Q13) ;
- Les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne (Q14) ;
- Les problèmes rencontrés par les associations touristiques (Q15) ;
- L'avenir de tourisme de montagne en Algérie et les solutions directives proposez aux personnes qui souhaitent investir dans ce domaine(Q16).

2.2.4. Le mode d'administration des questionnaires :

Contacté et interrogé les personnes concernées peut se réaliser de différentes façons, elle dépend du type de questions posées, de la population à interroger et du délai à y consacrer.

Pour faire renseigner notre questionnaire nous avons utilisé le procédé « auto administré » ; une méthode d'administration par laquelle l'individu interrogé « le président » remplit lui-même le formulaire d'enquête de manière autonome sans l'assistance de personne « sans notre présence », et nous avons utilisé deux autres techniques « face à face » et « mail » avec ces présidents.

En effet, notre questionnaire a été distribué aux dix (10) associations, de main à main ainsi que par email durant les trois mois de décembre 2020 à février 2021, dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

3. Analyse et interprétation des résultats de l'enquête :

3.1. Analyse par tri à Pla :

3.1.1. Fiche de renseignement sur l'association :

Cette analyse comprend plusieurs points essentiels. Ils contiennent le nom de l'associations, la date de création, l'adresse, la taille de l'association et enfin le rôle de l'association.

Tableau N°10 : identification des associations.

Nom	La date de création	L'adresse	Raison d'être
Etoile de la montagne.	23/12/2015	Beni yenni Tizi-Ouzou.	Accompagner l'Auberge de jeune de beni yenni pour la réalisation de son programme d'action.
CSA ait Chaffa.	23/12/2019	Ait Chaffa Azeffoun Tizi-Ouzou.	Promotion de l'activité sportive de la commune. Préservation des biens sportifs actuels.

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

JS Adrar Ath Quadia (JSAA).	19/06/2011	Village Adrar Aghrib Azeffoun Tizi-Ouzou.	Promouvoir le sport au milieu des jeunes. Réalisation de tous les objectifs tracés. Militer contre le filiaux sociaux.
Les amis de la nature.	27/02/2016	Aghrib centre 15345 Tizi-Ouzou.	La protection de l'environnement. Sensibiliser la société sur les enjeux environnementaux. Découvrir la nature brute pour mieux la préserver.
ASMA groupe Assirem Azeffoun.	17/10/2002	Azeffoun centre.	Educatif, touristique, paramilitaire.
Office de tourisme d'Azeffoun.	10/06/2015	Azeffoun centre.	Promotion de tourisme dans la commune d'Azeffoun.
AMNIR	04/2010	03 rue du colonel amirouche immeuble ait ben amara.	Promotion de tourisme local.
CSA Izem kerrouche.	2013	Kerrouche imsouhal Tizi-Ouzou.	Promotion de l'activité sportive de la commune.
Association touristique trésor algérien.	31.03.2014	Ancienne ville Tizi-Ouzou.	dont le cadre de relancé le tourisme de la wilaya Tizi-Ouzou.
Association touristique village de monde.	18.02.2016	Foyer de jeunes ;IdjeurTizi-Ouzou.	

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

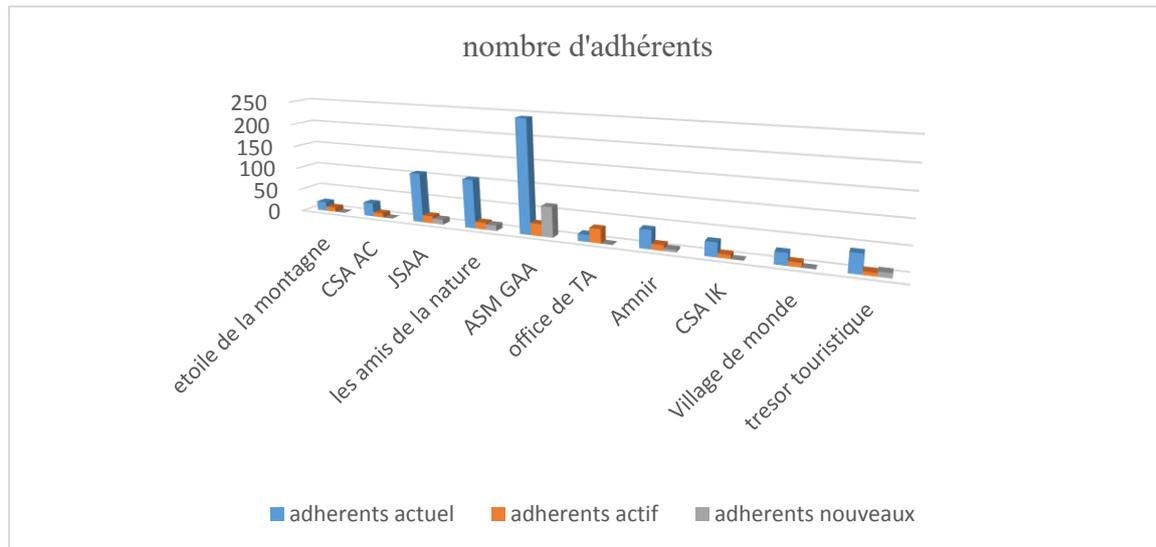
Interprétions :

D'après cette analyse de recherche sur les associations de tourisms de sports de montagnes qui se trouvent dans la wilaya de Tizi-Ouzou, qui sont créées récemment entre 2002 et 2019 pour développer le tourisme et les activités sportives dans les montagnes. En

résume que le tourisme de montagne à Tizi-Ouzou est un nouveau secteur en train de se développer par les acteurs institutionnels.

Par suite, en déduit que 20% des associations ont été créés entre l'année 2000 à 2010, et 50% ont été créés dans une intervalle entre 2011 jusqu'à 2015, et les 30% des associations qui restent elles sont nouvellement créés entre l'année 2016 à 2020.

Figure N°05 : la taille des associations selon le nombre d'adhérents.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après le graphe on a interprété que « l'ancienne scouts musulmans algérienne groupe Assirem d'Azeffoun » qui a un nombre d'adhérents actuels le plus élevé par rapport aux autres et qui s'élève à (243) membres quant à « l'office de tourisme d'Azeffoun » ; le nombre d'adhérents actuels est de (15) ; donc inférieur aux autres, le reste, elles ont un nombre moyen qui se situe entre 20 à 108 adhérents actuels.

Pour les bénévoles actifs on a comme suit : « office de tourisme d'Azeffoun » qui ont un nombre le plus élevé (30) membre ; quant à le « CSA Izem Kerouche » ; le nombre d'adhérents bénévole actif est de (08) adhérents ; donc inférieur aux autres, le reste, elles ont un nombre moyen entre 9 à 26 adhérents bénévoles.

Pour les nouveaux adhérents : « l'ancienne scouts algérienne groupe Assirem d'Azeffoun » qui ont un nombre le plus élevé (65) membre, et pour le « CSA d'Ait Chaffa » ; « l'office de tourisme d'Azeffoun » ; l'association « Etoile de la montagne » et le « CSA Izem

Kerrouche » ils n'ont pas de nouveaux adhérents ; et le reste sont dans le nombre moyen entre 5 à 12 adhérents.

En concluant, « l'ancienne scouts algérienne groupe Assirem d'Azeffoun » contient le nombre le plus élevé dans les deux catégories : actuels et nouveaux (adhérents) ; et pour les bénévoles actifs c'est : « l'office de tourisme d'Azeffoun » qui contient le plus grand nombre.

3.1.2. L'organisation de l'association :

Réponse (01) : Organisation des visites touristiques séjours :

Figure N°06 : l'organisation des visites touristiques (séjours) en montagne.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce graphe on constate que toutes les associations organisent des séjours différents en fonction du credo de ces dernières sauf l'association touristique « village du monde » qui n'en organise aucun, comme l'indique ce tableau :

Tableau N°11 : les types et les buts des séjours organisés par les associations.

Nom	Type	Buts	La durée	Combien de fois.
Etoile de la montagne.	Randonnées bivouac cyclotourisme avec des cyclistes amateurs	Promouvoir les activités de cyclotourisme, écotourisme et le tourisme de loisir, développer l'offre touristique à destination des jeunes.	1 a 2 jours.	5 fois par année.
CSA ait	Compétition	Encouragement sport et	Une	4 à 6 fois.

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

Chaffa		loisir.	journée.	
JS Adrar Ath Quadia (JSAA).	Faire des randonnées et des cross.	Découvrir les lieux, changer les lieux.	Une fois par 15 jours.	20 fois par année.
Les amis de la nature.	Des randonnées et des bivouacs.	Se rapprocher de la nature pour se détendre et mieux la préserver.	Une journée a une semaine.	15 à 20 fois.
ASMA groupe Assirem Azeffoun	Excursion.	Découvrir notre beau pays et de satisfaire les adhérents.	Une semaine.	03fois par année.
Office de tourisme d'Azeffoun	Randonnées.	Excursion, visite la région.	Une journée.	Plusieurs fois par an.
AMNIR	Séjours de 3 jours a 7 jours (thématique).	Evènement et jumelage.	De 03 jours a une semaine.	07 à 10 fois par an.
CSA Izem Kerrouche	Excursion.	Détente.	Une journée.	02 fois par an.
Association trésor touristique algérienne.	Excursion	Visite	Une journée	Plusieurs fois

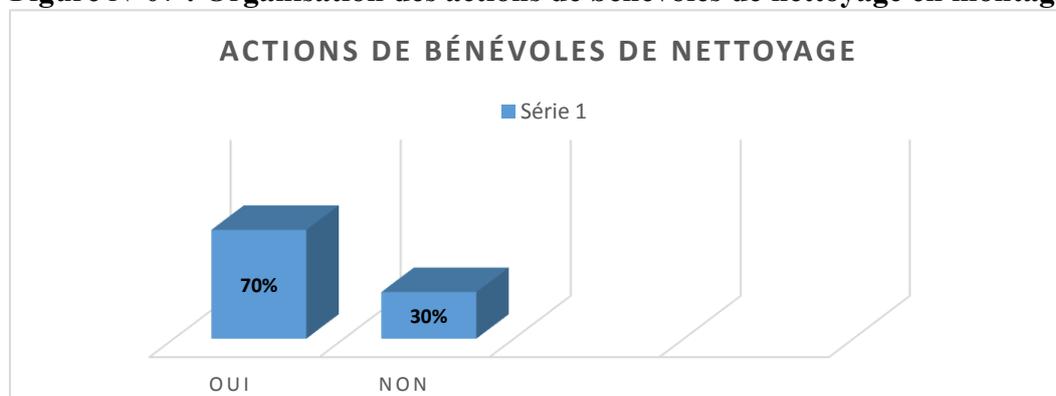
Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on constate que la plupart des associations organisent des séjours de différents types ; pour un objectif différent ; d'une période, d'une journée à une semaine.

Réponse (02) : Organisation des actions de bénévoles de nettoyage :

Figure N°07 : Organisation des actions de bénévoles de nettoyage en montagne.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

Interprétation :

D'après ce graphe on constate que 70% des associations enquêtées organisent des actions de nettoyage de manières différentes comme ce tableau le montre :

Tableau N°12 : les lieux et les objectifs des actions de bénévoles de nettoyage.

Nom	Les lieux	Les objectifs	Nombre de fois
Les amis de la nature	Tamgout, akfadou, tambda ouguelmim, la foret de Aghrib et Yakourene.	Préserver l'environnement et l'habitat naturel.	15 à 20 fois.
Etoile de la montagne.	ASSEWEL(djurdjura).	Développer l'écotourisme.	Une fois.
ASMA Groupe Assirem Azeffoun	Les écoles primaire, les plages, l'auberge, la ville d'Azeffoun.	Sensibiliser les gens pour nettoyer leurs entourages.	Deux fois par an.
Association touristique village de monde	Cité dans les villages et quelques action en forêt.	Sensibilisation pour mettre en place la formule de tourisme :tourisme durable.	Deux fois.
AMNIR	Villages, sites archéologiques, sites naturel.	Pour la sauvegardes de ses sites.	Deux à cinq fois par an.
CSA Izem kerrouche	A l'intérieure de village	Préserver notre environnement.	Deux fois par an.
Association trésor touristique algérien	Boghni et Ougnoune	La sensibilisation et protection de l'environnement	Deux fois par an.

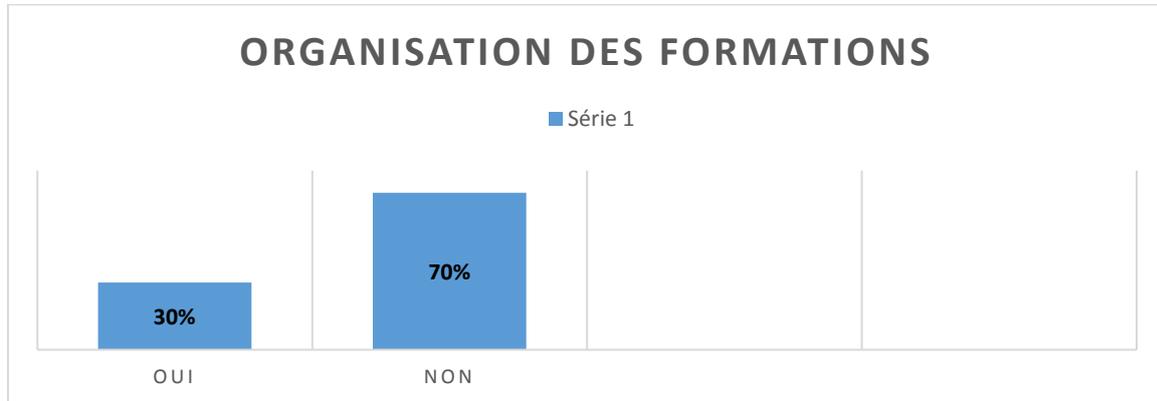
Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on déduit que la plupart de ces associations organisent des actions bénévoles de nettoyage dans de différents lieux pour des objectifs tout aussi différents.

Réponse (03) : Organisation des formations sur le tourisme de montagne :

Figure N°08 : organisation des formations.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D’après ce graphe on remarque que la plupart des associations ne proposent pas de formations, exceptés trois d’entre elles : l’association touristique « AMNIR » ; association touristique « village du monde » et l’association « trésor touristique algérien ».

Le contenu de ces formations est le même pour ces dernières et il se concentre globalement sur l’initiation au tourisme de montagne ; et ce, en organisant des visites et des formations sur la gestion de cycle projet.

Et les bénéficiaires de ces formations sont généralement les mêmes pour les trois associations : les membres de l’associations ; les adhérents et un public précis. Quant à l’association « AMNIR », elle est la seule à faire appel à des formateurs spécialisés.

Réponse (04) : Les moyens de partage de l’information à l’extérieur :

Tableau N°13 : Les moyens de partage l’information à l’extérieur.

Nom	Oui	Non
Radio	60%	40%
TV	30%	70%
Journal	30%	70%
Page FB	80%	20%
Panneaux de publicité	10%	90%
dépliants	40%	60%

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

Bouche a l'oreille	50%	50%
téléphone	70%	30%
Affichage	70%	30%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

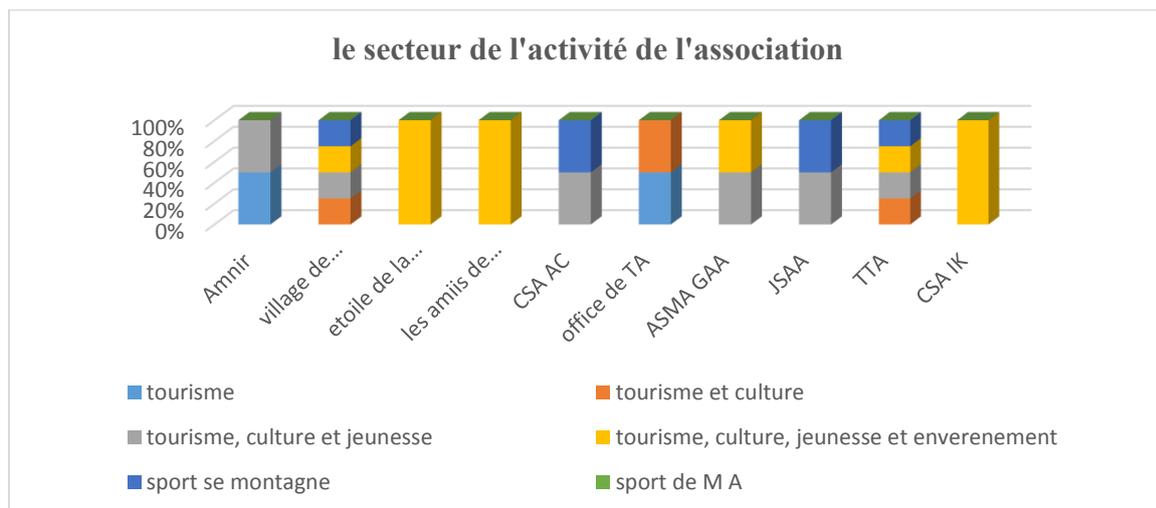
Interprétation :

D'après ce tableau on constate que toutes les associations utilisent des moyens de communications différents et les plus utilisés sont : page Facebook, téléphone, affichage, la radio. Mais cette utilisation est en fonction du budget et le moyen le plus efficace et qui répond à ses besoins.

3.1.3. Activités de l'association :

Réponse (05) : Le secteur de l'activité de l'association :

Figure N°09 : Le secteur de l'activité de l'association.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

On constate que les deux associations « village du monde » et l'association « trésor touristique algérien » travaillent sur les même secteurs d'activités : tourisme et culture ; tourisme culture et jeunesses ; tourisme culture jeunesses et environnement et sports de montagne.

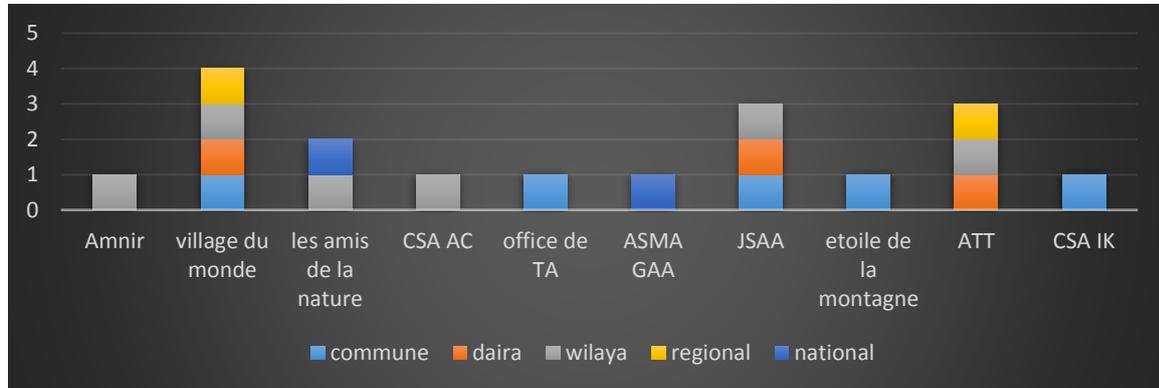
On remarque aussi que cinq associations « AMNIR », le « CSA AC », « l'office du tourisme d'Azeffoun », « ASMA GAA », « JSAA » travaillent sur deux secteurs d'activités

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

différents, et trois autres associations « Etoile de la montagne », « les amis de la nature », « CSA IZ » se basent sur un seul secteur.

Réponse (06) : Le territoire d'investissement de l'association :

Figure N°10 : Le territoire d'investissement de l'association.



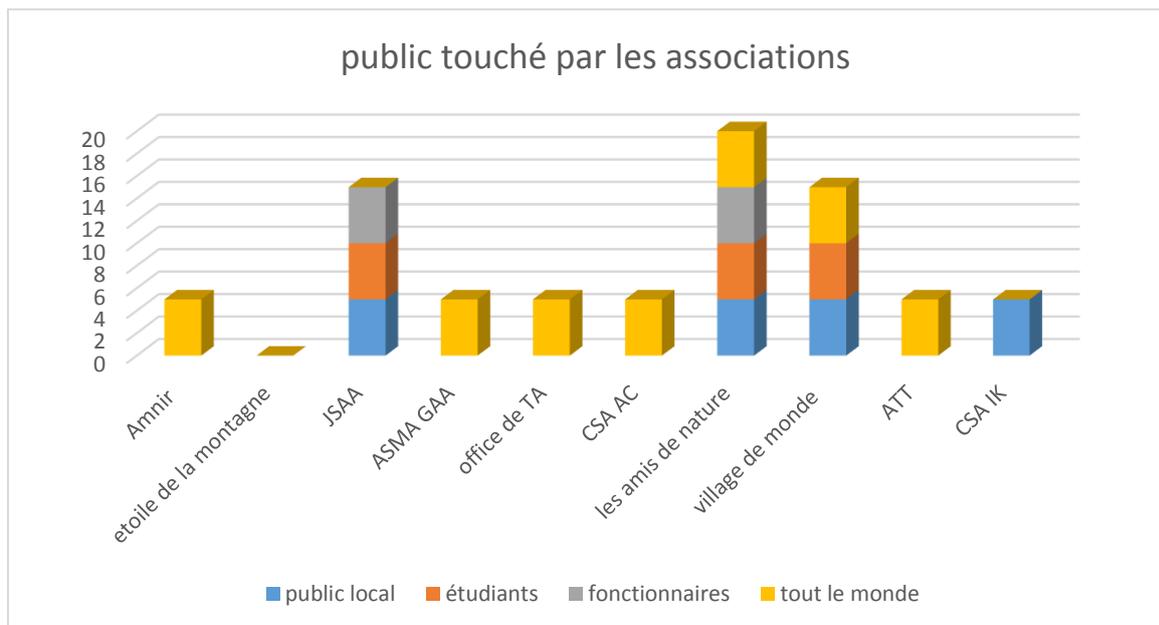
Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'abord, aucune association ne s'investit à l'international, car ces dernières sont nouvellement créées et ont aussi un manque de capacité et de financement. Ensuite, dans chaque territoire indiqué dans le graphe on trouve que chaque association est active au moins dans un seul territoire.

Réponse (07) : Le public touche par l'association :

Figure N°11 : Le public touché par l'association :



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce graphe : les étudiants et les fonctionnaires ne sont pas le seul public intéressé par les associations, par contre elles s'intéressent à tout le monde (hommes, femmes, étudiants, fonctionnaires, jeunes, population locale...).

3.1.4. Les activités touristiques dans la montagne :

Réponse (08) : Célébration des événements précis :

Tableau N°14 : Célébration des événements précis.

Evènement par chaque association	Journée national de tourisme	Journée mondial e de tourisme	Le mois de patrimoine	Autre évènement.
AMNIR	02	08	05	Journée mondiale de la montagne (04)
Etoile de la montagne	-	-	-	La fête de printemps (02)
JSAA	-	-	-	Journée nationale de l'arbre (09)
ASMA GAA	-	-	02	Journée mondiale de l'enfant. Nouvelle an berbère. (chaque année).
Office de TA	Chaque année	Chaque année	Chaque année	-
CSA AC	-	-	01	Journée nationale et international relative au sport.(01)
Les amis de la nature	-	-	-	Journée mondiale de l'arbre. (04)
Village du monde	02	01	01	-
ATT	03	03	-	-
CSA IK	-	-	-	-

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D’après ce tableau on remarque que les événements célébrés par les associations touristiques sont : la journée nationale du tourisme ; journée mondiale du tourisme ; le mois du patrimoine .et pour le nombre de fois d’événements se diffère d’une association a une autre.

Réponse (09) : Affectation des excursions :

Tableau N°15 : la destination des excursions.

Les destinations	Oui	Non
La plage	70%	30%
La montagne	100%	00%
Les villages montagneux	80%	20%
Site touristique	60%	40%
Nature (faune et flore)	60%	40%
Parcs nationaux	50%	50%
Musé	40%	60%

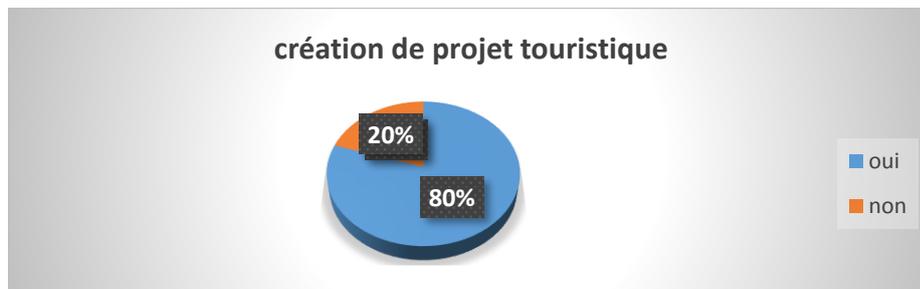
Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D’après ce tableau nous dessinons que toutes les associations organisent des excursions aux différents sites touristiques à savoir leurs capacités d’organisation. La montagne et les villages montagneux sont les destinations les plus touchée par les associations.

Réponse (10) : Création des projets produits/services ou circuits touristique :

Figure N°12 : Création des projets produits/services ou circuits touristique :



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

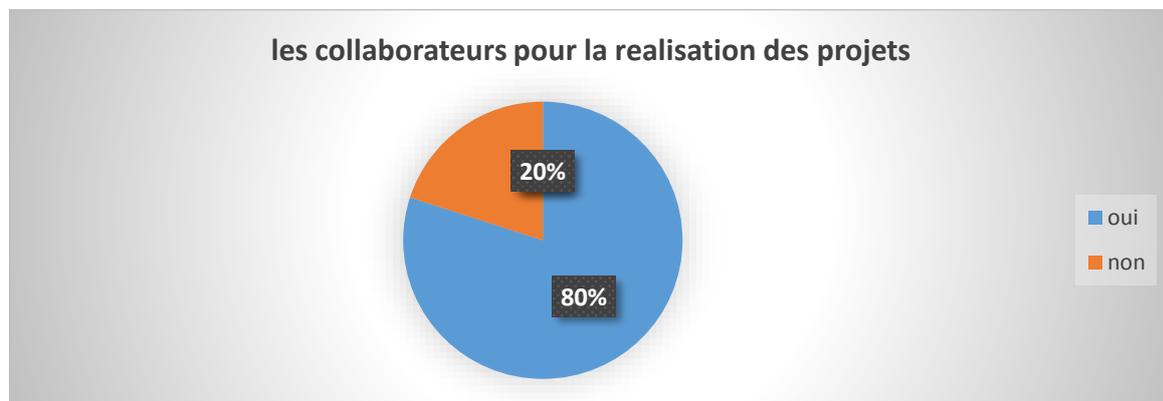
D'après ce graphe la majorité des associations créent des projets, produits/services et circuits touristiques et parmi ses projets on trouve :

- ✓ Circuit : Idjeur-lac noir. / Idjeur-akfadou créent par l'association touristique village du monde.
- ✓ Circuit: aghrib-i3echouba. / ath-wouchen-pic tamgout-alma guechthoum (17km) réaliser par l'association les amis de la nature.
- ✓ Projet : implantation de plus de 500 arbres réaliser par la « JSAA ».
- ✓ Par rapport à l'association « AMNIR » elle a créé plusieurs circuits et un projet de tourisme solidaire.

Deux associations qui n'ont pas créent des projets touristiques car sont-elles des associations nouvellement établis le « CSA AC » et le « CSA IK ».

Réponse (11) : La relation avec les acteurs institutionnels :

Figure N°13 : des collaborateurs pour la réalisation des projets.



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après le graphe la plupart des associations :(AMNIR, village du monde, trésor algérienne...), elles ont des collaborateurs et la majorité d'entre elles ont des collaborateurs nationaux.

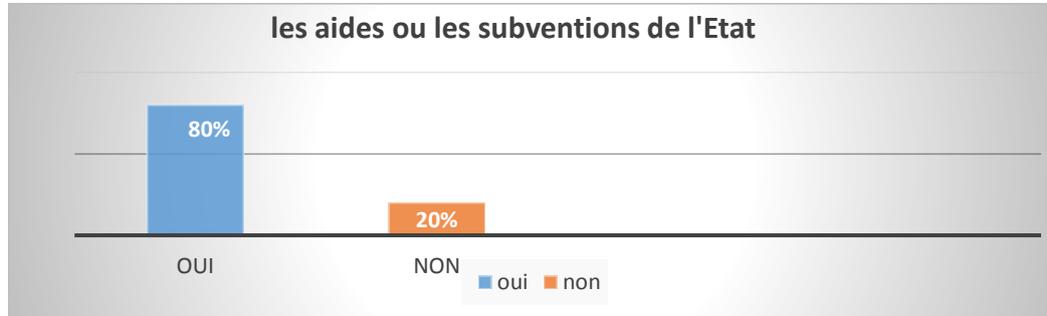
Par apport à l'association (ASMA GAA) ses collaborateurs sont nationaux et internationaux.

Il y a deux associations qui n'ont pas des collaborateurs (les amis de la nature, CSA IK).

3.1.5. Le financement de l'association et l'objectif de développement de tourisme :

Question (12) : Les aides ou les subventions des collectivités locales ou de l'Etat :

Figure N°14 : Les aides ou les subventions des collectivités locales ou de l'Etat



Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce graphe on distingue que les aides et les subventions des collectivités locales sont insuffisantes pour l'exercice des activités de l'association et on a que deux associations qu'ils sont satisfaites de ses subventions (JSAA, AMNIR).

Réponse (13) : Les relations avec les acteurs institutionnels :

Tableau N°16 : Les relations avec les acteurs institutionnels :

Les acteurs institutionnels	Oui	Non
Office de tourisme	40%	60%
Direction du tourisme et l'artisanat	50%	50%
la ligue de sport de montagne	10%	90%
La fédération de sport de montagne	20%	80%
Assemblée populaire communale	90%	10%
Assemblée populaire de wilaya	90%	10%
La direction jeunes et sport	60%	40%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021

Interprétation :

D'après ce tableau on conclure que la majorité des associations possèdent des relations avec les acteurs institutionnels (APC, APW, la direction des jeunes et de sport, la direction de

CHAPITRE3 : EVALUATION DU ROLE DES ASSOCIATIONS DE TOURISME DANS LES ZONES DE MONTAGNE DE LA WILAYA DE TIZI-OUZOU.

tourisme et de l'artisanat, et office de tourisme.). Par contre la ligue de sport de montagne et la fédération de sport de montagne elles n'ont pas beaucoup de relation avec les associations.

Réponse (14) : Les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne :

Tableau N°17 : Les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne.

Les associations.	Les problèmes rencontrée par les touristes.
AMNIR	Manque flagrant d'infrastructures.
Village du monde	L'insécurité.
CSA AC	L'insécurité, manque d'infrastructures : hébergement, loisirs.
ASMA GAA	Le problème d'hébergement, manque des conditions et le transport.
Etoile de la montagne	Rien à signaler.
Office de TA	La signalisation, balisage des sites, guides touristiques spécialisé
Les amis de la nature	Manque d'infrastructure (ni hôtel ni gîte, aucune volonté de la part de l'Etat pour développer le tourisme), blocage de la part des forces de l'ordre, manque d'autorisation, aucun traçage des circuits.
JSAA	Problème d'hébergement et de prise en charge, pas de loisirs sur place, manque d'agence de voyages pour résoudre leurs doléances.
ATT	L'insécurité.
CSA IK	Rien à signaler.

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021

Interprétation :

D'après les présidents des associations les touristes rencontrent beaucoup de problèmes durant leurs séjours en montagne et parmi ces problèmes : manque d'infrastructures de base, l'insécurité, manque des guides touristiques spécialisés...etc.

Réponse (15) : Les problèmes rencontrés par les associations touristiques :

Tableau N°18 : Les problèmes rencontrés par les associations touristiques.

Les associations.	Les problèmes rencontrés par les associations.
AMNIR	Les associations sont généralement créées pour résoudre ses problèmes, mais celui qui touche directement ses membres sont divers ex : nécessité d'avoir un employé.
Village du monde	Primités de l'association, faute de l'inexistence de la relève d'encadreurs.
CSA AC	Rien à signaler.
ASMA GAA	Les autorisations de déplacement, l'hébergement de nos membres et adhérent, manque de financement.
Etoile de la montagne	Le scepticisme des jeunes a intégré les associations dus à l'absence d'une réelle volonté politique pour engager une sérieuse réflexion de valorisation du potentiel existant en montagne.
Office de TA	Aide les associations sur le plan financière pour promouvoir à long terme le secteur de tourisme.
Les amis de la nature	Manque de financement, manque de circuits tracés par L'état, la dégradation des lieux touristiques dans l'indifférence totale de L'état.
JSAA	Rien à signaler.
ATT	Rien à signaler.
CSA IK	Rien à signaler.

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021

Interprétation :

D'après les présidents des associations les problèmes rencontrés par elles sont généralement des problèmes de financement et de la dégradation des lieux touristiques dans l'indifférence totale de L'état.

Réponse (16) : L'avenir de tourisme de montagne en Algérie et les solutions directives proposez aux personnes qui souhaitent investir dans ce domaine :

Interprétation :

D'après les associations les solutions et les directives qui sont proposer aux personnes qui souhaitent investir dans le domaine de tourisme de montagne est comme suit :

- **Association village du monde** : le tourisme de montagne en Algérie est en plein développement, juste que les professionnels en matière doivent intervenir pour mieux encadré l'activité.
- **Association touristique AMNIR** : tout est vierge en Algérie, l'avenir de tourisme dépendra de la volonté politique.
- **Office de tourisme d'Azeffoun** : avant d'investir, il faut mise sur le localisateur de bien Faire une démarche marketing, il faut une volonté politique.
- **Les amis de la nature** :il y a de plus en plus de touristes (touristes nationaux) mais aucune directive de la part de L'état pour cadrer cela, si non un grand avenir attend le tourisme en générale.
- **Anciens scouts musulmans algérien (groupe Assirem Azeffoun)** : le tourisme de montagne a un très bon avenir si notre état facilite pour les associations et mettre en œuvre les moyens de tourisme.
- **Club sportif amateur Ait Chaffa** : le tourisme de montagne a un avenir prometteur dans notre pays vu sa situation géographique et le climat favorable. J'exhorte les investisseurs à s'engager dans le tourisme de montagne vu que les opérateurs de secteur se concentrent sur le tourisme balnéaire.

3.2. Analyse par tri a croisé :

3.2.1. L'organisation des visites touristiques par rapport à la date de création des associations :

Tableau N°19 : l'organisation des visites touristiques par rapport à la date de création.

La date de création	2000-2010	2011-2015	2016-2020	Totale
Organisation des visites touristiques				
Oui	20%	50%	20%	90%
Non	00%	00%	10%	10%
Totale :	20%	50%	30%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on constate que les associations qui ont été créées dans la période de l'année 2010 à 2015 sont les associations ayant organisé plus de visites touristiques que les autres.

3.2.2. Organisations des actions de bénévoles de nettoyage en montagne par rapport au nombre des adhérents.

Tableau N°20 : organisations des actions de bénévoles de nettoyage en montagne par rapport au nombre des adhérents.

Nombre d'adhérents	15-100	100-200	200-300	Totale
Organisation des actions de bénévole				
Oui	60%	20%	10%	90%
Non	10%	00%	00%	10%
Totale :	70%	20%	10%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après le tableau on déduit que les associations qui ont le nombre des adhérents entre 15 à 100 adhérents sont les associations ayant organisé plus d'actions bénévoles de nettoyage en montagne.

3.2.3. Organisations des formations sur le tourisme de montagne par rapport au domaine de l'activité des associations.

Tableau N°21 : organisations des formations sur le tourisme de montagne par rapport au domaine de l'activité des associations.

Le domaine d'activité des associations	Touristique	Sportifs	Environnementale	Totale
Organisation des formations				
Oui	30%	00%	00%	30%
Non	30%	30%	10%	70%
Totale :	60%	30%	10%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau nous concluons que les associations qui ont un nombre plus élevé de l'organisation des formations sont les associations touristiques car, elles sont spécialisées dans le domaine du tourisme.

3.2.4. La création des projets produits/services ou circuits touristiques dans le milieu montagnard par rapport à la date de création des associations :

Tableau N°22 : création des projets touristiques par rapport au domaine de l'activité des associations.

Le domaine de l'activité des associations	Touristique	Sportifs	Environnementale	Totale
Création des projets touristiques				
Oui	60%	10%	10%	80%
Non	00%	20%	00%	20%
Totale :	60%	30%	10%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on déduit que les associations qui ont créées des projets produits/services et circuits touristiques sont : les associations touristiques car, elles sont spécialisées dans le domaine du tourisme.

3.2.5. La nature des collaborateurs par rapport à la date de création des associations :

Tableau N°23 : La nature des collaborateurs par rapport à la date de création des associations.

La date de création	2000-2010	2011-2015	2016-2020	Totale
Les collaborateurs				
Oui	20%	40%	20%	80%
Non	00%	10%	10%	20%
Totale :	20%	50%	30%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on déduit que les associations qui ont été créées dans la période de l'année 2000 à 2010 sont les associations ayant organisé plus des visites touristiques.

3.2. 6. L'organisation des formations par rapport à l'appelle aux formateurs

Tableau N° 24 : l'organisation des formations par rapport à l'appelle aux formateurs.

Organisation des formations	Oui	Non	Totale :
Appelle à des formateurs			
Oui	10	00%	10%
Non	20	70%	90%
Totale :	30%	70%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après ce tableau on déduit que 70% des associations n'organisent pas de formations sur le tourisme de montagne et ne contactent pas les formateurs pour les faire. Il y a que 10% des associations qui disposent des formations et s'appuient sur des formateurs spécialisés pour cela.

3.2.7. La création des projets touristique par rapport à la nature des collaborateurs.

Tableau N°25 : la création des projets touristique par rapport aux collaborateurs.

Les collaborations.	Oui	Non	Totale
Les associations qui ont créé des projets.			
Oui (08)	70%	10%	80%
Non (02)	10%	10%	20%
Total : 10	80%	20%	100%

Source : réaliser par nous-même. Enquête décembre 2020 février 2021.

Interprétation :

D'après le tableau la majorité des associations qui ont créées des projets produits/service ou circuits touristique elles ont des collaborateurs.

4. Synthèse générale des résultats :

A travers notre recherche intitulée : « le rôle des associations touristiques dans le développement du tourisme de montagne », et d'après notre distribution des questionnaires

pour les présidents de ses associations nous sommes arrivées à déduire les résultats principaux qui sont comme suit :

- La majorité des associations sont nouvellement créées (à partir de 2013).
- 90% des associations organisent des séjours en montagne.
- 70% des associations organisent des actions de bénévoles de nettoyage.
- 30% des associations organisent des formations sur le tourisme de montagne.
- Les moyens de communication les plus utilisés pour partager de l'information par les associations c'est la page Facebook avec un taux de 80%.
- 60% des associations leur secteur d'activité c'est : le secteur du tourisme, culture, jeunes et environnement.
- 60% des associations s'investissent sur territoire de la wilaya.
- 60% des associations travaillent avec toutes les catégories de la société.
- L'évènement : le mois du patrimoine c'est le plus célébré par les associations avec un taux de 50%.
- La montagne c'est la destination la plus visitée par les associations avec un taux de 100%.
- 80% des associations créées des projets, produits/services et circuits touristiques dans le milieu montagnard.
- 80% des associations ont des collaborateurs pour la réalisation de ces projets et ces collaborateurs la majorité sont nationaux.
- Les acteurs institutionnels avec lesquels les associations ont des relations sont : APC et APW avec un taux de 90%.
- Les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne sont généralement : manque d'infrastructures de base, l'insécurité, manque des guides touristiques spécialisés...etc.
- Les problèmes rencontrés par les associations sont généralement des problèmes financiers.
- Les associations qui ont été créées dans la période de l'année 2010 à 2015 sont les associations qui organisent plus de visites touristiques avec un taux de 50%.
- Les associations qui ont le nombre des adhérents entre 15 à 100 adhérents sont les associations le plus organisées des actions bénévoles de nettoyage en montagne avec 60%.
- Les associations qui ont créées des projets produits/service ou circuits touristique elles ont des collaborateurs nationaux avec un taux de 80%.

Conclusion :

Dans cette analyse de la wilaya de Tizi-Ouzou, nous constatons qu'elle possède de fortes et diverses potentialités touristique d'une part sa position géographique qui lui procure un avantage comparatif par rapport aux autres wilayas du pays.

Face à cette situation les associations de tourisme et de sport de montagne sont intervenir par un programme de sensibilisation les villageois conservateurs, la formation et le soutien des bénévoles susceptibles de compléter leur capacité accompagner jusqu'au bout, protégé la nature et l'environnement, promouvoir les pratiques sportives, organise et célèbre et participe a des évènements touristiques, afin de mener à bien les projets de développement touristique d'espérer des retombées positives sur le territoire et la population.

Conclusion générale :

L'activité touristique d'une façon générale existe depuis l'antiquité. Le tourisme dans les massifs montagneux, est un phénomène récent apparu aux 19 siècles avec la prise en considération par les populations que la montagne est un lieu de détente. Le tourisme de montagne est plus souvent associé au tourisme sportif, à cause des sports d'hiver ainsi que d'autres activités sportives comme la randonnée. De nos jours, ce type de tourisme englobe plusieurs activités autres que sportives: des activités culturelles, les activités éducatives et scientifiques, de découvertes, de détente, etc.

En raison d'isolement géographique, marginalisation politique, conditions climatiques et environnementales difficiles et fragilités des écosystèmes, les touristes font appel aux différents intervenants pour rendre ses lieux touristiques plus accessibles.

L'un des acteurs les plus importants dans ses domaines est l'association touristique. Cette dernière, est un regroupement de personnes physiques ou morales qui mettent en commun, bénévolement et dans un but non lucratif, leurs connaissances et leurs moyens pour promouvoir et encourager les activités dans le domaine touristique notamment celui de tourisme de montagne.

Dans la wilaya de Tizi-Ouzou, le tourisme en zone de montagne est un fait relativement récent. Les populations locales sont à la fois mal préparées et mal outillées pour se lancer dans l'activité touristique.

Le fait que le tourisme en zone de montagne soit géré par des professionnels citadins ou étrangers, les populations locales sont désintéressées et sont nullement concernées par une activité qui n'est pas la leur, qui les dépasse, ou qui au mieux les exploite.

C'est dans cet ordre d'idées que nous avons choisi de faire une recherche sur le rôle des associations touristiques dans le développement du tourisme de montagne. Afin de mieux comprendre l'importance et l'utilité de ses associations dans le développement du tourisme de montagne, et bien mener notre travail, nous avons effectué une enquête par questionnaire destiné aux présidents d'associations de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Notre questionnaire nous a permis d'approfondir nos connaissances acquises dans le domaine de tourisme de montagne.

Notre enquête nous a permis de ressortir les résultats suivants :

- ✓ La montagne est la destination la plus visitée par les associations touristiques enquêtées.
- ✓ La majorité des associations organisent des visites touristiques, séjours en montagne et des actions bénévoles de nettoyage.
- ✓ La formation est le point faible de la majorité des associations interrogées.
- ✓ L'évènement : le mois du patrimoine c'est le plus célébré par les associations.
- ✓ Les moyens de communication et de partage d'informations les plus utilisés par ses associations sont: page Facebook, affichage ainsi que la radio.
- ✓ La majorité des associations travaillent en collaboration avec les acteurs institutionnels.
- ✓ La majorité des associations ont créées des produits, services et circuits touristiques
- ✓ Les associations qui ont créées des projets produits/service ou circuits touristique elles ont des collaborateurs nationaux avec un taux de 80%.
- ✓ Ce sont les associations les plus anciennes qui organisent le plus des visites touristiques

Tous ces éléments nous ont permis de confirmer notre première hypothèse : Les associations mettent en œuvre un ensemble d'action pour favoriser le tourisme de montagne. Mais, il est aussi important de renforcer les associations touristiques par les subventions de l'Etat et donner l'importance au secteur montagnard.

D'après les résultats, nous sommes arrivés à confirmer la deuxième hypothèse qui est comme suit : Le tourisme a besoin d'une forte dynamique à volonté des adhérents de l'association pour se développer que ce soit à l'échelle local ou national.

Donc on peut dire que les associations jouent un rôle très important dans le développement du tourisme de montagne.

A partir de ces résultats, nous espérons que nous avons plus au moins atteint nos objectifs. Le choix de dix associations reste insuffisant dans notre travail de recherche à cause de manque des associations touristiques au niveau de la wilaya de Tizi-Ouzou, et des présidents qui refusent de répondre à notre questionnaire. Une autre étude approfondie avec un nombre des associations plus élevé permettra certainement d'avoir des résultats plus concrets et plus claires sur l'importance des associations en générale et des associations touristique en particulier, dans le développement des différents types de tourisme et spécifiquement le tourisme de montagne.

Bibliographie :

Ouvrages :

- ✚ AKKOUCHE Souraya, « Manuel pour les associations algériennes »; Edition Fondation Friedrich Ebert.
- ✚ BERNARD Debarbieux : « *tourisme et montagne* », Economica, Paris.
- ✚ DELAMARRE Pascal. Créer et faire vivre son association. Paris : Éditions Dalloz, 2004.
- ✚ François Vellas, « Economie et politique du tourisme international », Economica, 2002.
- ✚ J. MORIZOT: « les kabyles, propos d'un témoin », Edition L'Harmattan, 2001.
- ✚ JANA Mrázová ; « Guide pratique de l'association loi 1901 », 2013.
- ✚ M. DONSIMONI et M. KEMMAR : « Les bijoutiers d'Ath Yenni » ; édition Acha.
- ✚ MEKATI Henia : « dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie ».
- ✚ MOHAMED Dahmani : Atlas économique et social de la grande Kabylie, OPU, Alger.
- ✚ M-S FREDJ: « Histoire de Tizi-Ouzou des Origines a 1954 », Edition entreprise Algérienne de presse ENAP, 1990.
- ✚ PIQUEMAL pierre: « Tourisme et Développement Durable : Le Tourisme peut-il être un vecteur de développement et sous quelles formes ? », Paris, 2010.
- ✚ R. LESPEL : « Le climat de la Kabylie du Djurdjura », Annal de géographie, 1999, volume 18.
- ✚ SOTERIADES Marios et VARAVRESSOS Stelios : « *Aménagement touristique et montagne: les stations de sports d'hiver dans les pays alpins et en Grèce* », 2006.
- ✚ SOUTH Research ASBL ; « gestion du cycle de projet et le cadre logique », cercle de coopération des ong de développement.
- ✚ STARFFORD Jean : « microéconomie du tourisme », édition presse de l'université du Québec, 1996.
- ✚ TESSA Ahmed : « *Economie touristique et aménagement du territoire* », OPU, Alger ; 1993.

Mémoires et Thèses :

- ✚ « Artisanat et Tourisme en kabyle cas: la Poterie à matkas, la Tapisserie à Ath Hichem » ; Mémoire; promotion 2016.
- ✚ TESSA Ahmed : « économie et aménagement de territoire », Edition OPU, cité dans le mémoire de fin d'année promotion de tourisme en Algérie cas TO, 2005-2006.
- ✚ AIT OUSLIMANE D. BOUCHEFRA D : le tourisme comme facteur de développement durable : enjeux et perspectives. Cas : wilaya de Tizi-Ouzou. Mémoire fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme de master en sciences économiques option : économie de développement durable et de l'environnement. Université Mouloud MAMMERI Tizi-Ouzou, FSECG, 2017.
- ✚ AKROUM Hadi : « perspectives de développement Ecotouristique au parc national d'el Kala. », Université Badji Mokhtar Annaba, Faculté de sciences de la Terre, Département d'Aménagement, 2014.
- ✚ DUPÉ Lucie, mémoire master, le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local touristique et culturel, Université de Toulouse, juin 2007.
- ✚ FERGUENE Améziane et IDIR Sofiane : « Tourisme, valorisation du patrimoine et développement durable: Le cas du Tassili n'Ajjer dans le Sahara algérien », Colloque international, 2011.
- ✚ HAROUT Fatma Zohra : « comment promouvoir le tourisme en Algérie », Université de Tlemcen, Faculté de science économique, gestion et commercial, département science commercial, 2012.
- ✚ SADOUNI et CHEBOUT : « l'écotourisme une opportunité pour le tourisme algérien, mémoire fin d'étude » ENST, 2005.
- ✚ SALI F. OUARAB G. Le rôle des organisations associatives dans la promotion du tourisme de montagne, cas des associations de tourisme et sport de montagne de Tizi-Ouzou. Mémoire de fin d'étude en vue de l'obtention du diplôme master en science commerciale, option : marketing hôtellerie et touristique. Université Mouloud MAMMERI Tizi-Ouzou, FSECG, 2018.
- ✚ SBIHI Samia et ACHERAIIOUE Ouafia « essai d'analyse de l'impact socio-économique de l'activité touristique sur la commune d'Azeffoun » Université de Tizi-Ouzou, faculté des sciences économique, commerciales et des sciences des gestions, 2013.
- ✚ SEMAR Taous ; CHEBOUT Mehria ; mémoire de master, Tourisme de montagne et changements climatiques- Cas du Massif du Djurdjura, institut National supérieur du Tourisme, Alger juin 2010.

- ✚ T. BELLAHSEN, « la colonisation en Algérie : processus et procédure de création des centres de peuplement, institutions, intervenants et outils », thèse de doctorat, Université de Paris 8, 2006.
- ✚ TESSA Ahmed « Thèse de magister : la zone d'expansion touristique outil D'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatiale », Tizi Ouzou 1999.
- ✚ YVES Tinards, le Tourisme « Economie et management, Ediscience international », Paris, 1994.
- ✚ ZEGGANE Kamel, offre touristique en Algérie, cas de la Wilaya de Tizi Ouzou, thèse de magister, 1999.

Reuves et rapports :

- ✚ Bureau de la formation et des associations de sécurité civile, « formation en premiers secours », 1ère édition Paris, janvier 2001.
- ✚ Claude Origet Du Cluzeau « Le tourisme culturel, Que Sais-Je? », Presses Universitaires de France –PUF, 1998
- ✚ Comité régional en tourisme scientifique du Saguenay–Lac-Saint-Jean « tourisme scientifique », 2005.
- ✚ Commission européenne – Europe Aïd, « manuel gestion du cycle de projet », CEAE, mars 2001.
- ✚ Déclaration de Montréal (1996) Pour une vision humaniste et sociale du tourisme, Bureau international du tourisme social.
- ✚ Etude relative à la délimitation et à la caractérisation des zones de montagne et des massifs montagneux du Djurdjura.
- ✚ HEC Paris, Chaire Social Business, Entreprise et Pauvreté : « Tourisme et Développement Durable », 2010.
- ✚ Le patrimoine culturel et la société de proximité (dépliante de la direction de la culture), 2016.
- ✚ Le schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT), livre le diagnostic : audit du tourisme Algérien, janvier 2008.
- ✚ Le Tourisme social et associatif : illusion entretenue ou contexte singulier ?, Revue géographiques de Périnées du Sud-Ouest, n°29, 2010.
- ✚ Les œuvres sociales sont les organismes prenant en charge les activités sociales et culturelles établies dans l'entreprise ou l'administration au profit des salariés et fonctionnaires et/ou de leurs familles.
- ✚ Patrimoine matériel et immatériel, Rapport de la direction de la culture 2009.

- ✚ Revue trimestrielle de l'APW de Tizi-Ouzou. N° 02, juillet 2016.
- ✚ Tourisme et montagnes, Guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagnes. Programme des nations unies pour l'environnement, France, 2011.

Textes Règlementaire :

- ✚ Loi n° 12-06 du 12 janvier 2012 relative aux associations.
- ✚ Loi n°04-03, journal officiel de la République Algérienne n°041, relative à la protection des zones de montagnes dans le cadre du développement durable, 27 juin 2004.

Site internet :

- ✚ <https://www.unwto.org/fr>.
- ✚ [Http// : www.Tourisme.com](http://www.Tourisme.com).
- ✚ <https://www.unwto.org/fr>.
- ✚ www.Tourisme.com.
- ✚ <https://site.letourismedemontagne.com/home/definition>.
- ✚ [Http: // www.linternaute.com](http://www.linternaute.com)
- ✚ [Http : // www.ffspeleo.fr](http://www.ffspeleo.fr)
- ✚ www.bits-int.org,
- ✚ www.leglplace.fr/guide/association/créer.une.association.
- ✚ www.thesaurus.gouv.
- ✚ www.correze.franceolympique.com/correze/fichiers/File/fonctionnement.pdf
- ✚ www.pass66.fr › S'informer, s'outiller.
- ✚ <http://www.aniref.dz>
- ✚ <http://Kabyleuniversel.com>.
- ✚ <https://dta-tiziouzou.dz/dz/index.php/tourisme/promotion-touristique/71-office-et-associations-touristiques>.
- ✚ [Www. Liberté –algerie.com](http://Www.Liberté-algerie.com).
- ✚ [Www. Depechedekabylie.com](http://Www.Depechedekabylie.com)
- ✚ www.scribbr.fr/methodologie

Listes des tableaux

▪ Tableau N°01 : Evolution des arrivées touristiques internationales depuis 1990.....	09
▪ Tableau N°02 : Catégories de visiteurs.....	10
▪ Tableau N°03 : Classement des pays récepteurs de touristes selon l'OMT en 2018/2019.....	21
▪ Tableau N°04 : Classement des pays émetteurs en matière de dépenses touristiques à l'international 2018/2019.....	22
▪ Tableau N°05 : Recettes du tourisme international 2018/2019.....	23
▪ Tableau N°06 : guide et fiches pratiques des associations.....	65
▪ Tableau N°07 : il représente les domaines où les associations possèdent des sources web.....	67
▪ Tableau N°08 : Les vestiges historiques et archéologiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	79
▪ Tableau N°09 : présentation de quelque association touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	86
▪ Tableau N°10 : identification des associations.....	91
▪ Tableau N°11 : les types, les buts et la durée des séjours organisés par les associations.....	94
▪ Tableau N°12 : les lieux et les objectifs des actions de bénévoles de nettoyage.....	96
▪ Tableau N°13 : Les moyens de partage l'information à l'extérieur.....	97
▪ Tableau N°14 : Célébration des événements précises.....	100
▪ Tableau N°15 : la destination des excursions.....	101
▪ Tableau N°16 : Les relations avec les acteurs institutionnels.....	103
▪ Tableau N°17 : Les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne.....	104
▪ Tableau N°18 : Les problèmes rencontrés par les associations touristiques.....	105
▪ Tableau N°19 : L'avenir de tourisme d montagne en Algérie.....	106
▪ Tableau N°20 : l'organisation des visites touristiques par rapport à la date de création.....	107
▪ Tableau N°21 : organisations des actions de bénévoles de nettoyage en montagne par rapport au nombre des adhérents.....	107

- **Tableau N°22** : organisations des formations sur le tourisme de montagne par rapport au domaine de l'activité des associations.....108
- **Tableau N°23** : la création des projets touristique par rapport à la nature des collaborateurs.....108
- **Tableau N°24** : la nature des collaborateurs par rapport à la date de création des associations.....109
- **Tableau N°25** : l'organisation des visites touristiques par rapport aux destinations des excursions.....109

Liste des figures

- **Figure N°01** : les différents types d'associations.....41
- **Figure N°02**: les ressources de l'association.....46
- **Figure N°03**: Les types de logiciel pour faciliter les tâches.....66
- **Figure N°04** : découpage administratif de la wilaya de Tizi- ouzo.....72
- **Figure N°05**: la taille des associations selon le nombre d'adhérents.....93
- **Figure N°06** : l'organisation des visites touristiques (séjours) en montagne.....94
- **Figure N°07** : Organisation des actions de bénévoles de nettoyage en montagne.....95
- **Figure N°08** : organisation des formations.....97
- **Figure N°09** : Le secteur de l'activité de l'association.....98
- **Figure N°10**: Le territoire d'investissement de l'association.....99
- **Figure N°11** : Le public touché par l'association.....99
- **Figure N°12** : Création des projets produits/services ou circuits touristique.....101
- **Figure N°13** : des collaborateurs pour la réalisation des projets.....102
- **Figure N°14** : Les aides ou les subventions des collectivités locales ou de l'Etat.....103

Annexe :

Questionnaire pour association touristique et de sport de montagne

Nous réalisons une enquête anonyme dans le cadre de notre mémoire de master portant sur « le rôle des associations touristiques dans le développement de tourisme de montagne ; cas des associations touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou ». Nous vous remercions de bien vouloir contribuer à cette enquête académique dont les résultats seront bénéfiques pour le tourisme local. Nous nous sommes basés dans cette recherche sur cinq axes principaux détaillés comme suit :

❖ **Fiche de renseignement sur votre association :**

- **Le nom de votre association ?**

.....

- **La date de création de l'association?**

.....

- **Adresse**

.....

- **Quelle est la taille de votre association selon le nombre d'adhérents ?**

Nombre d'adhérents actuel.....

Nombre d'adhérents bénévoles actif.....

Nombre d'adhérents nouveaux.....

- **Quels est le rôle de votre association (raison d'être) ?**

.....

.....

.....

❖ **L'organisation de l'association :**

Question N° (01) : Organisez-vous des visites touristiques (séjours) en montagne ?

Oui

Non

Si oui :

- Quel type de séjours ?

.....

- Dans quels buts ?

.....

- La durée de vos séjours ?

.....

- Combien de séjour faites-vous dans l'année?

.....

Question N° (02) : organisez-vous des actions de bénévoles (nettoyage) en montagne ?

Oui

Non

Si oui

- Combien de fois dans l'année ?

.....

- Quel sont les lieux ou vous avez fait ces actions ?

.....

- Pour quel objectif ?

.....

Question N° (03) : organisez-vous des formations sur le tourisme de montagne ?

Oui

Non

Si oui quels sont les contenus de ces formations ?

.....
.....
.....

- Qui bénéficie de ces formations :

- Les membres de l'association.
- Les adhérents.
- Le large public.
- Un public précise.
- Autre (préciser).....

- Est-ce que vous faites appel à des formateurs ?

- Oui
- Non

Question N° (04) : quels sont les moyens de communication que vous utilisez pour partager de l'information ?

- Radio.
- TV.
- Journal.
- Page Facebook.
- Panneaux de publicité.
- Dépliants.
- Bouche à l'oreille.
- Téléphone.
- Affichage.
- Autre (préciser).....

❖ Les activités de l'association :

Question N° (05) : Quel est le secteur de l'activité de l'association ?

- Tourisme.
- Tourisme et culture.
- Tourisme, culture et Jeunesse.

- Tourisme, culture, jeunesse et Environnement.
- Sport de montagne.
- Sport de montagne et Aérien.

Question N° (06) : Sur quel territoire s'investit votre association ?

- Commune
- Daïra
- Wilaya
- Régional (quelque wilaya)
- National

Question N° (07) : Quel est le public touché par votre association ?

- Public local.
- Etudiants.
- Fonctionnaires.
- Tout le monde.

❖ Les activités touristiques dans la montagne :

Question N° (08) : quels sont les événements que vous célébrez ? préciser les nombres de fois depuis votre existence ?

Les événements	Oui	Non	Nombre de fois
Journée national du tourisme			
Journée mondial du tourisme			
le mois du patrimoine			
Autre événement			

Question N° (09) : quelles sont les destinations de vos excursions ?

- La plage.
 - La montagne.
 - Les villages montagnaux.
 - Site touristique.
 - Nature (faune et flore).
 - Parcs nationaux.
 - Musé.
 - Autre (préciser).
-

Question N° (10) : Avez-vous crée un ou des projets produits / services ou circuits touristiques dans le milieu montagnard ?

- Oui
- Non

Si oui lesquels (nature) et combien :

.....

Question N° (11) : Pour la réalisation de votre projet ; avez-vous des collaborateurs ?

- Oui
- Non

Si oui, ces collaborateurs sont-ils :

- National
- International

❖ Le financement de l'association et l'objectifs de développement de tourisme de montagne :

Question N° (12) : les aides ou les subventions que vous recevez des collectivités locales ou de l'Etat sont-elles suffisantes pour l'exercice de vos activités ?

- Oui
- Non

Question N° (13) : Avec quels acteurs institutionnels vous avez des relations ?

- Office du tourisme.
- Direction du tourisme et l'artisanat.
- La ligue de sport de montagne.
- La fédération de sport de montagne.
- Assemblée populaire communale.
- Assemblée populaire de wilaya.
- La direction jeunesse et sport.

Question N° (14) : à votre avis quels sont les problèmes rencontrés par les touristes durant leurs séjours en montagne ?

.....

.....

.....

.....

.....

Question N° (15) : quels sont d'une façons générale les problèmes rencontrés par les associations touristiques ?

.....

.....

.....

.....

Question N° (16) : Que pensez-vous de l'avenir du tourisme de montagne en Algérie et quelles sont les solutions et directives que vous proposez aux personnes qui souhaitent investir dans ce domaine ?

.....

.....

.....

.....

Merci

Table des matières

Remerciements.

Dédicace.

Liste des abréviations.

Liste des tableaux.

Liste des figures.

Sommaire.

Introduction générale.....	01
Chapitre I : tourisme et tourisme de montagne	05
Introduction de chapitre I	06
Section 01: généralités sur le tourisme	07
1. Evolution du tourisme dans le monde	07
1.1. La naissance du tourisme	07
1.2. Le tourisme aujourd’hui	08
2. Définitions des concepts	09
2.1. Définition du touriste	09
2.2. Définition du produit touristique	10
2.3. Définition de l’offre touristique	10
2.4. Définition de la demande touristique	11
2.4.1. La concentration dans l’espace	12
2.4.2. La concentration dans le temps	12
2.5. Définitions du tourisme	12
3. Les aspects du tourisme	13
3.1. Aspect économique du tourisme	13

3.2. Aspect sociologique du tourisme	13
3.3. Aspect environnemental du tourisme	14
4. Critères de classifications du tourisme	14
5. Types du tourisme	15
5.1. Tourisme rural (de campagne)	16
5.2. Tourisme balnéaire	16
5.3. Tourisme saharien	16
5.4. Tourisme urbain	17
5.5. Tourisme international	17
5.6. Tourisme national	17
5.7. Tourisme interne	17
5.8. Tourisme intérieur	17
5.9. Tourisme scientifique	18
5.10. Tourisme de cure, de santé et thermal	18
5.11. Tourisme religieux	19
5.12. Tourisme culturel	19
5.13. L'écotourisme (le tourisme écologique)	19
5.14. Tourisme sportif	20
5.15. Tourisme d'affaires	20
5.16. Tourisme de masse	20
5.17. Tourisme individuel	20
5.18. Tourisme de montagne	20
6. Les principaux pays récepteurs des touristes au monde	21
Section 02 : Tourisme de montagne	24
1. Présentation du concept zone de montagne	24
1.1. Une dimension socioéconomique	24

1.2. Une dimension environnementale	24
2. Définition du tourisme de montagne	26
3. Le tourisme en zone de montagne	26
3.1. La montagne : Espace répulsif, espace attractif	26
3.1.1. La haute montagne	27
3.1.2. La moyenne montagne	27
3.1.3. Les zones de piémonts et contigus	28
4. La clientèle du tourisme en zone de montagne	29
4.1. La clientèle des retours au pays	28
4.2. La clientèle du tourisme social et associatif	28
4.3. La clientèle des amateurs de montagne	29
5. Les différentes pratiques du tourisme en zone de montagne	29
5.1. Sports terrestres	29
5.1.1. Alpinisme	29
5.1.2. L'escalade	30
5.1.3. Le ski	30
5.2. Sports aériens	30
5.2.1. Le deltaplane ou aile volante	30
5.2.2. Le parapente	30
5.3. Sports nautiques et aquatiques	30
5.3.1. Le rafting	30
5.3.2. La spéléologie	31
6. Le cadre de développement des pratiques de loisirs en montagne	31
7. L'impact du tourisme sur les écosystèmes des régions montagneuses	32
7.1. Les impacts environnementaux	33
7.1.1. La transformation des paysages	33

7.1.2. Les modifications écologiques	33
7.2. Les impacts socioculturels	34
7.3. Les impacts économiques	35
Conclusion de chapitre I	36
Chapitre II : Apport des associations touristiques sur le développement du tourisme de montagne	37
Introduction de chapitre II	38
Section 01 : Aperçu sur l'association touristique	39
1. Les associations	39
1.1. Définition	39
1.1.1. L'association	39
1.1.2. Définition d'une association à but non lucratif	40
1.1.3. Définition d'une association particulière	40
1.2. Types d'associations	40
1.2.1. Association de fait (non déclarée)	41
1.2.2. Association déclarée	42
1.2.3. Association agréée	42
1.2.4. Association reconnue d'utilité publique	43
1.2.5. L'association intermédiaire	44
1.2.6. L'association étrangère	44
1.3. Etapes de création d'une association	44
1.3.1. Définition du projet associatif	44
1.3.2. Rédaction des statuts	44
1.3.3. Nom de l'association	45
1.3.4. Assemblée générale constitutive	45
1.3.5. Déclaration initiale de constitution	45

1.3.6. Ouverture d'un compte en banque	45
1.3.7. Assurance	45
1.4. Les ressources de l'association	46
1.4.1. Ressources financières	47
1.4.1.1. Les cotisations	47
1.4.1.2. Les dons	47
1.4.1.3. Les donations et les legs	47
1.4.1.4. Les subventions	47
1.4.1.5. Le mécénat et le parrainage	48
1.4.2. Ressources humaines	48
1.4.2.1. Les bénévoles et salariés	48
1.4.2.2. Le volontaire	49
1.4.2.3. Le travailleur indépendant	49
2. Les associations touristiques	50
2.1. Historique du tourisme associatif	50
2.1.1. Naissance du tourisme social	50
2.1.2. L'émergence des colonies de vacances	51
2.1.3. L'expansion géographique	51
2.2. Définition	51
2.3. Les critères d'identification du tourisme associatif	52
2.4. Importance du tourisme associatif	53
2.5. Les formes des associations touristiques	53
2.5.1. Associations du tourisme selon l'hébergement	53
2.5.2. Associations du tourisme selon le lieu d'implantation	54
2.5.3. Le village de vacances	54

2.5.4. Les associations touristiques à but non lucratif	54
2.6. Règlements des associations touristiques	55
Section 02 : Lien entre les associations touristiques et tourisme de montagne	56
1. Les activités des associations touristiques dans les montagnes	56
1.1 Des actions qui sont organisées et planifiées dans l'espace de vie sociale.....	56
1.1.1. Rencontres ponctuelles parents-enfants	56
1.1.2. Sorties familiales	56
1.1.3. Spectacles en publics	57
1.1.4. Facilite l'accès aux salles de spectacles	57
1.1.5. Animations	57
1.1.6. Services à la population	58
1.1.7. Prise des photos dans les montagnes	58
1.1.8. Intégration des publics en difficulté dans leurs actions	58
1.2. Activités de Pleine Nature	58
1.2.1. Randonnées	58
1.2.2. Vélo de Montagne	59
1.2.3. Ski de montagne	59
1.2.4. Le snowboard	59
1.2.5. Escale entre autres	60
1.3. Création d'une école d'aventure	60
1.4. Semaine du développement durable	60
1.5. Jardin Pédagogique	61
1.6. Fête de la Nature	61
2. Les formations fournées par les associations touristiques	61
2.1. Initiation en tourisme	62

2.2. Création des projets touristiques	62
2.3. Secourisme	62
2.4. Guide touristique	63
2.5. Gestion et encadrement d'un groupe d'enfant	63
2.6. Initiation à la connaissance de la vie associative	63
2.7. Comptabilité associative	64
2.8. Initiation en fonction employeur des responsables associatifs	64
3. Les outils	64
3.1. Guides / fiches pratiques	65
3.2. Modèles de documents / Kits	65
3.2.1. Boîte à outils des associations	65
3.2.2. Le Kit pratique de création d'une association	66
3.2.3. Modèles de documents	66
3.2.4. Boîte à outils	66
3.3. Logiciels libres	66
3.4. Les sources web utiles	67
Conclusion de chapitre II	68
Chapitre III : Evaluation du rôle des associations de tourisme dans les zones de montagne de la wilaya Tizi-Ouzou	69
Introduction de chapitre III	70
Section 01 : Présentation de la wilaya de Tizi-Ouzou	71
1. Situation géographique de la wilaya de Tizi-Ouzou	71
1.1 Le climat de la wilaya de Tizi-Ouzou	72
2. Aperçu historique sur la wilaya de Tizi-Ouzou	73
2.1. La conquête romaine	73
2.2. La première conquête arabo-musulmane	73

2.3. La régence ottomane	74
2.4. La période coloniale	74
3. Potentialités touristiques	75
3.1. Les potentialités naturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou	75
3.1.1. Les Forêts	75
3.1.2. Le littoral	76
3.1.3. Les reliefs et les montagnes de la wilaya de Tizi-Ouzou	76
3.2. Les potentialités culturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	78
3.2.1. Le patrimoine historique de la wilaya de Tizi-Ouzou	78
3.2.2. Les manifestations culturelles de la wilaya de tizi ouzo.....	79
3.2.3. Le patrimoine culturel de la wilaya de Tizi-Ouzou	81
3.2.4. Le patrimoine matériel de la wilaya de Tizi-Ouzou	82
3.3. L'artisanat	83
3.3.1. La bijouterie	83
3.3.2. La poterie	83
3.3.3. Le tissage	83
3.3.4. La broderie et costumes kabyle	84
3.3.5. La tamiserie, carderie, sellerie	84
3.3.6. La vannerie	84
3.3.7. Le travail du bois et l'ébénisterie	84
3.4. Les contraintes de mise en place des circuits touristique	85
4. Associations de tourisme dans la wilaya de Tizi-Ouzou.....	86
Section 02 : Démarche méthodologique de la recherche et résultats d'enquête	88
1. Population totale et échantillonnage	88

2. Présentation de questionnaire	88
2.1. Le type des questions posées	89
2.1.1. Les questions ouvertes	89
2.1.2. Les questions fermées	89
2.1.3. L'ordre des questions	89
2.1.4. Le monde d'administration des questionnaires	91
3. Analyse et interprétation des résultats	91
3.1. Analyse par tri à Pla	91
3.1.1. Fiche de renseignement sur l'association	92
3.1.2. L'organisation de l'association	94
3.1.3. Activités de l'association	98
3.1.4. Les activités touristiques dans la montagne	100
3.1.5. Le financement de l'association et l'objectif de développement de tourisme de montagne	103
3.2. Analyse par tri a croisé	106
3.2.1. L'organisation des visites touristiques par rapport à la date de création des associations	106
3.2.2. Organisations des actions de bénévoles de nettoyage en montagne par rapport au nombre des adhérents	107
3.2.3. Organisations des formations sur le tourisme de montagne par rapport au domaine de l'activité des associations	107
3.2.4. La création des projets touristique par rapport à la nature des collaborateurs ...	108
3.2.5. La nature des collaborateurs par rapport à la date de création des associations.....	108
3.2.6. L'organisation des formations par rapport à l'appelle aux formateurs.....	109
3.2.7. La création des projets touristiques par rapport à la nature des collaborateurs...	109
4. Synthèse générale des résultats	109

Conclusion de chapitre III111

Conclusion générale113

Bibliographie.

Annexes.

Table des matières.

Résumé

Le tourisme est devenu de nos jours, dans de nombreux pays, un secteur fondamental et de premier plan dans le développement économique et social. L'Algérie est aujourd'hui une destination touristique quasiment vierge qui n'a malheureusement pas été encore suffisamment exploitée contrairement aux autres pays du pourtour méditerranéen. En effet, elle possède un potentiel touristique énorme surtout celui montagnoux. Face à cette situation les associations de tourisme et de sport de montagne sont intervenir par un programme de sensibilisation les villageois conservateurs, la formation et le soutien des bénévoles susceptibles de compléter leur capacité à accompagner jusqu'au bout, protège la nature et l'environnement ; promouvoir les pratiques sportives, organise et célèbre et participe a des événements touristiques à fin de mener à bien les projets de développement touristique pour d'espérer des retombées positives sur le territoire et la population. Pour que le tourisme de montagne à Tizi-Ouzou soit contribué au développement local, une véritable synergie doit exister entre l'Etat, les organisations associatives, collectivité local, et promoteurs et professionnels du tourisme.

Mots clés ; tourisme de montagne/les associations touristique/les ressources naturelles / l'impact /l'environnement

Summary

Tourism has nowadays become, in many countries, a fundamental and leading sector in economic and social development. Algeria is today an almost virgin tourist destination which has unfortunately not yet been sufficiently exploited unlike other countries around the Mediterranean. Indeed, it has enormous tourist potential, especially the mountainous one. Faced with this situation, the associations of tourism and mountain sport are intervening through an awareness program for the conservative villagers, the training and support of volunteers likely to supplement their capacity to accompany until the end, protect nature and the environment. ; promote sports practices, organize and celebrate and participate in tourist events in order to carry out tourism development projects in order to hope for positive repercussions on the territory and the population. For mountain tourism in Tizi-Ouzou to contribute to local development, a real synergy must exist between the State, associative organizations, local community, and tourism promoters and professionals.

Keywords; mountain tourism / tourism associations / natural resources / the impact / the environment /