

Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou
Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et des sciences de Gestion
Département des sciences Commerciales



Mémoire de fin de cycle

En vue de l'obtention d'un Diplôme de Master en Sciences Commerciales
Spécialité : Marketing Hôtelier et Touristique

Thème

**Le rôle de l'Etat dans la promotion de
l'activité touristique locale à travers le
dispositif de l'ANDI de Tizi-Ouzou**

Réalisé par :

**BELKAID Soraya
HOCINE Koussaila**

Encadré par :

**Mme MOULLA Kahina
Ep BELKHELFA**

Membres de jury :

Présidente : M^{me}. GANI Messad , MAA ,UMMTO.

Examineur : M^r.KEHRI Samir, MAA, UMMTO.

Rapporteur : M^{me}.MOULLA Kahina, MAA, UMMTO.

Promotion 2019

Remerciements

Nous tenons nos vifs remerciements à notre encadreur madame MOULLA Kahina épouse BELKHELFA qui par ses encouragements renouvelés, ses remarques pertinentes, ses conseils, sa disponibilité et son soutien qui nous ont jamais fait défaut ;

Nous remercions également les membres du jury qui ont accepté d'évaluer le présent travail, mais aussi nous tenons à remercier l'ensemble des enseignants qui ont assuré notre formation tout au long de notre cursus universitaire ;

Pour la même occasion, nous remercions tout le personnel du guichet unique décentralisé de l'ANDI et de la direction du suivi budgétaire de la wilaya de Tizi-Ouzou, qui nous ont agréablement accueillis et qui nous ont offert un terrain favorable pour la réalisation de notre enquête.

Dédicaces

Nous dédions ce travail à :

*Nos chers parents en signe de reconnaissance et de
profonde gratitude pour tout ce qu'ils ont consenti
d'efforts et de moyen pour nous voire réussir nos
études ;*

Nous chers frères et sœurs ;

Toute la famille Belkaïd et Hocine ;

Tous nos amis sans exception.

Zoceila et Soraya

Sommaire

Introduction générale	01
Chapitre I : Cadre conceptuel du développement local	
Introduction	05
Section 1 : Présentation des notions de base sur le développement local.....	05
Section 2 : Le développement territorial.....	11
Section 3 : L'aménagement du territoire	17
Conclusion	24
Chapitre II : Le tourisme local vecteur du développement local	
Introduction	25
Section 1 : Les notions de base sur l'activité touristique	25
Section 2 : Présentation des spécificités touristiques en Algérie.....	32
Section 3 : Présentation des dispositifs du développement (touristique) local en Algérie	37
Conclusion	46
Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI	
Introduction	47
Section 1 : Présentation générale de la wilaya de Tizi-Ouzou et du dispositif de l'ANDI.....	48
Section 2 : Evaluation du dispositif de l'ANDI par la méthode d'ACP	60
Section 3 : Les perspectives d'avenir pour développer le tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou.....	76
Conclusion	82
Conclusion générale.....	83
Bibliographie.	
Table des matières.	
Annexes.	

Introduction générale

L'activité touristique occupe une place très importante dans l'économie nationale de plusieurs pays dans le monde et qui peut engendrer une dynamique économique à l'échelle internationale en tant que source de création d'emploi, d'équilibre des balances des paiements avec l'extérieur et une source importante de recette de devises.

La protection et la valorisation des ressources touristiques est une véritable politique économique stimulante d'un développement économique, social et culturel qui pourrait avoir une conséquence sur le développement local qui occupe une place de plus en plus cruciale dans les stratégies de développement de plusieurs Etats du monde.

L'Algérie, grâce à ces ressources naturelles et caractéristiques climatiques, présente un secteur touristique brut à explorer et à exploiter dans la perspective de transformer notre pays en une véritable destination touristique d'excellence à l'échelle mondiale. La variété des paysages (*mer, montagne, désert...*) et la diversité de l'originalité de sites uniques, font que l'Algérie est un musée à ciel ouvert qui pourrait dynamiser l'activité économique en ressource en devise et se détacher de la dépendance de notre économie à l'industrie des hydrocarbures.

Le développement du tourisme supranational nécessite une mobilisation de gigantesques ressources financières, matérielles, managériales et humaines pour le pays désirant une activité de cette dimension. A défaut, la grandeur est revue à la baisse et on s'intéresse davantage à un tourisme interne et national qui est également considéré comme un moteur de développement local durable et un soutien à la croissance économique.

Les autorités publiques algériennes donnent une importance considérable à la dimension régionalisée des mouvements des résidents dans le cadre d'une dynamique touristique locale. Dans ce sillage, le schéma national d'aménagement du territoire vise à assurer un équilibre de localisation de la population et des activités sur l'ensemble du pays ainsi que la mise en attractivités des territoires.

Le tourisme en Algérie nécessite plus de considération pour son développement. L'Etat a consenti des efforts de subvention dans le secteur d'investissement touristique, pour

cela il a mis en place des différents dispositifs de développement et de financement pour la création de nouveaux projets touristiques tels que la promotion de l'initiative privée (PPIP), le fonds national de promotion de la jeunesse (FNPJ) et les institutions de microprojets qui aident le financement des jeunes promoteurs touristiques.

L'investissement est donc un facteur de création de richesse qui est soutenu par les pouvoirs publics et à travers des dispositifs indicatifs. En Algérie, plusieurs dispositifs (*ANSEJ, ANGEM, CNAC et ANDI*) d'accompagnement à la création d'activité sont mis en place dans le cadre de la transition inachevée de l'économie planifiée à l'économie de marché s'adressant à des acteurs particuliers désireux de créer leur propre emploi et leur propre richesse.

L'objet d'étude

La wilaya de Tizi-Ouzou renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme balnéaire et un tourisme de montagne auquel il faut ajouter une richesse artisanale et archéologique indéniable. La wilaya dispose également d'un patrimoine archéologique et elle est réputée pour la diversité et la qualité de son artisanat traditionnel qui couvre plusieurs métiers. C'est dans ce cadre que nous avons choisi un objet d'étude et un terrain à explorer pour vérifier et évaluer l'impact des dispositifs suscités dans le cadre de l'expérience menée par l'ANDI à travers la direction régionale de la wilaya de Tizi-Ouzou.

L'intérêt du sujet

A partir des richesses naturelles et la variété des paysages de la wilaya de Tizi-Ouzou, on insiste à une offre importante de potentialités de l'activité touristique, conjuguées avec les efforts des autorités algériennes en la matière, il serait très intéressant d'évaluer la cohérence des efforts publics dans le domaine de financement et de planifications avec la réalité du terrain spécifique à notre région.

La problématique

Ainsi, si on met en coordination les efforts de l'Etat algérien dans le secteur touristique à travers la part du dispositif de l'ANDI dans le domaine touristique avec les offres potentielles touristiques de notre région, il serait judicieux de poser la problématique qui s'articule sous l'interrogation suivante :

« *Existe-t-il une véritable cohérence entre le dispositif de l'ANDI et le potentiel touristique pour un développement effectif de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou ?* ».

Les hypothèses

Pour tenter de répondre en amont à notre questionnement nous allons proposer des réponses potentielles articulées en hypothèses de recherche. En effet on suppose deux hypothèses qui sont les suivantes :

- **Hypothèse 1 :** Le dispositif de l'ANDI œuvre en coordination à la politique centrale de l'aménagement et de la promotion de l'activité touristique ;
- **Hypothèse 2 :** Le dispositif de l'ANDI répond favorablement aux potentialités touristiques à travers l'ensemble du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

La méthodologie de recherche

Pour mener à bon terme notre travail de recherche, nous avons adopté une méthode de recherche scindée en deux axes. En premier lieu, nous avons commencé par effectuer une recherche bibliographique dans le domaine de développement local et de tourisme local établi dans les différents documents (*ouvrages, les mémoires de master et de magister, les thèses de doctorat, les articles...*) pour bien cerner le sujet et prendre connaissances des définitions des concepts, et des notions de base liés à l'activité économique locale et touristique. C'est dans ce cadre que nous allons adopter pour une démarche prospective afin de décrire l'état des lieux relatifs à notre domaine de recherche.

Le deuxième axe de notre méthodologie de recherche consiste à faire une enquête sur le terrain en s'introduisant dans les différentes institutions publiques qui mettront à notre disposition les informations utiles pour mener une analyse multi-variée de données afin de tirer les conclusions sur la situation de la promotion de l'activité touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou. À cet effet, nous sommes appelés à collecter des données au niveau de la direction de l'ANDI¹, mais aussi au niveau de la direction de tourisme et de la DPSB.²

¹Agence nationale de développement de l'investissement ; direction de la wilaya de Tizi-Ouzou.

² Direction de la programmation et de suivi budgétaire de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Toujours dans le cadre de deuxième axe de notre méthodologie, nous allons mettre en place une base de données élaborées à travers quatre variables quantitatives de vingt et une daïrates que compte notre wilaya, durant trois années, à savoir 2016, 2017 et 2018. Afin de faire parler ces données numériques, nous serions de l'obligation d'adopter une analyse multivariée de données et qui est spécifiquement la méthode dite « *d'analyse en composantes principales* », étant donné que toutes nos variables sont de nature quantitative.

Le plan de rédaction

Ainsi pour mener la rédaction de notre travail, nous avons subdivisé, le présent mémoire en trois chapitres essentiels qui seront organisés de la façon suivante :

- Le premier chapitre traite des généralités et des concepts de base sur l'environnement théorique d'une dynamique économique locale qui sont présentées dans le cadre théorique du développement local ;
- Le deuxième chapitre nous allons aborder ce que consiste d'une manière générale l'activité touristique local en Algérie, dans un cadre global de développement régional et local ;
- Le troisième chapitre sera consacré à l'étude de la dynamique touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou à travers l'apport du dispositif de l'ANDI dans le secteur.

Chapitre I : cadre conceptuel du développement local

Le développement local est un processus initié par des acteurs économiques dit de base. Il mobilise toutes les parties prenantes au niveau des collectivités locales et toutes les ressources, richesses et potentialités d'un territoire donné. Ce processus se produit en parallèle avec un autre processus initié par des acteurs plus importants en dimension dans le cadre d'un développement national global.

Ces deux processus sont complémentaires dans le but d'assurer un bien-être et en qualité de vie pour les citoyens. Le processus de développement local regroupe à la fois des acteurs publics (*administrations, collectivités, associations*) et privés (*entreprises et artisans de tous les secteurs d'activités y compris touristique*) mais aussi de procédures et d'organisations territoriales au niveau local.

C'est pour cela que dans ce premier chapitre nous allons consacrer de la matière à la définition des éléments qui sont en relation avec le développement local et de l'aménagement du territoire.

Section 1 : Présentation des notions de base sur le développement local

Le développement local est un vecteur très important pour dynamiser le développement économique d'un pays. Pour cela, nous allons présenter les notions de bases de développement local.

1.1. Histoire du développement local

Apparu dans les années 60, le développement local part d'un principe simple : la mobilisation des potentialités locales (*ressources naturelles, sociales, individuelles,...*) peut orienter les dynamiques socio-économiques. Il est une réponse d'une part à la mondialisation naissante à l'époque, dont les effets sont ressentis bien plus tard, d'autre part à l'approche frontale de l'aménagement du territoire, très centralisé, qui agit par rattrapage massif des retards économiques dans une dynamique exogène dont on sent les limites, aujourd'hui.

Il émane essentiellement de territoires qui se considèrent marginalisés par ces politiques frontales, souvent ruraux et situés dans les zones d'ombres du territoire national. On découvre alors en France un slogan qui va devenir la pierre angulaire du développement local : « *vivre, travailler et décider au pays* ».

Cette expression contient à elle seule les principes du développement local puisque outre vivre et travailler qui sont les deux éléments forts du développement, elle appelle à l'autonomisation locale de la décision, qui implique la matière grise nécessaire et la mobilisation politique subséquente, et à la notion de « *pays* » qui devient, dans ces années de fin de croissance, une entité plus à même de révéler les ressources et de mobiliser les acteurs.

Le pays renaît alors comme un périmètre d'action et de décision potentiel. Cette idée du pays n'est pas neuve en elle-même puisque les géographes classiques (vidaliens¹ pour faire simple) ont toujours revendiqué la pertinence d'une échelle intermédiaire entre la collectivité de base qui est la commune et la collectivité d'un territoire plus entendu tel que le département en France afin de recouvrir la dimension sociale de l'espace vécu et de l'appartenance culturelle.

C'est ainsi que dans les années 70 en France, les premiers contrats de pays accompagnent la généralisation d'une approche en termes de développement local. C'est au sein de ces entités, notamment en milieu rural, qu'on redécouvre les valeurs identitaires collectives et les solidarités propres à engendrer une nouvelle approche démocratique du développement. On attribue à ce périmètre les vertus de la participation, la possibilité de faire émerger de nouveaux instruments d'action permettant de dépasser les processus exogènes de décision et de s'en affranchir.

Pour Jean-Pierre Jambes, l'idéologie du développement local, si elle est issue d'une pensée sociale renvoie plus à l'historisme ou culturalisme qui s'oppose, à l'époque, à un évolutionnisme globalisant. Cette logique de pensée refuse toute tentative de modélisation positiviste et s'appuie sur le principe de spécificité locale qui prône l'adaptation et l'autonomie de la réflexion.

Paradoxalement, la pensée structurale-marxiste, pourtant universalisante, peut être considérée comme motrice dans le processus de construction de l'idée du développement

¹Paul Vidal de la Blache (22 janvier 1845 - Pézenas - 5 avril 1918 - Tamaris) est le fondateur des Annales de Géographie (1891),

local notamment par le rapprochement des dimensions économiques et sociales. Les décennies de crises (70 et 80) qui ont vu arriver la gauche française au pouvoir sont des périodes phares du développement local dans ce pays. Il est porté par plusieurs organisations hétérogènes qui se retrouvent derrière cette bannière : des agriculteurs, des mouvements régionalistes et des leaders de la coopération dans les pays du sud.

Ces groupes se retrouvent autour de l'idée d'une approche non exclusivement marchande de l'économie. Ces fondements idéologiques fondent ce que Bernard Vachon nomme une « façon de penser », « un processus dynamique alimenté par des attitudes et des comportements axés sur l'action » et « une stratégie dans laquelle les acteurs sont les bénéficiaires »¹.

Ceci implique que le développement local doit trouver dans le territoire un terreau bénéfique fondé sur la préexistence de solidarités locales. Il faut néanmoins souligner que le développement local n'est pas un repli sur soi et doit s'appuyer sur une capacité d'ouverture qui permet de tirer profit des expériences extérieures en les adaptant aux conditions spécifiques du local.

C'est ainsi que dans la logique de développement local, l'échange et la mutualisation des expériences est un ressort important de la réussite. Il ne s'agit jamais de recettes mais bien d'expériences dont les échos peuvent entraîner l'innovation dans le territoire par un enrichissement mutuel. SELON la DATAR² ou l'ADLS³, on peut voir le développement local comme une invention permanente d'un modèle social adapté au territoire qui le porte qui s'enrichit des expériences extérieures en produisant à son tour de l'expérience innovante. C'est en quelque sorte une vision idéaliste et parfois paradoxalement utopique d'un vivre ensemble. Ce double mouvement à la fois localisé utopique et localisé reproductible actionne une idéologie et fait naître des critiques parfois fondées.

Il n'en reste pas moins, qu'après une période de sommeil dans les années 90, le développement local revient en force à la fin de des années 90, en intégrant les nouvelles normes réglementaires énoncées dans la LOADDT. La renaissance des pays et la réactivation

¹M. BERNARD.V ; Docteur en aménagement et développement territorial de l'Université du Québec à Montréal

²La DATAR ; (*délégation interministérielle à l'aménagement du territoire et à l'attractivité régionale*) est une ancienne administration française chargée de 1963 à 2014, de préparer les orientations et de mettre en œuvre la politique nationale d'aménagement et de développement du territoire. www.fournisseur-energie.com.

³ www.guichetdusavoir.org › viewtopic le 26/11/2019 A 16 : 36

de l'intégration intercommunale accompagnées par les directives européennes faisant la part des particularismes locaux, témoignent de son intégration comme une nouvelle façon de faire de l'aménagement du territoire. Mais cette institutionnalisation ne va pas sans une certaine neutralisation de son origine idéologique.

Aujourd'hui on peut dire que le développement local est « *un ensemble de processus et de procédures qui oscillent entre régulation, quête d'une alternative, outil de contrôle et instrument de compétition économique* »¹ pour reprendre l'analyse de Jean-Pierre Jambes. Ceci renvoie en partie à l'idée que le développement des territoires locaux, s'il devient une clé décisive dans l'aménagement du territoire, est aussi rattaché à la logique mondialisée du développement. Là où le développement local affichait mutualisation et adaptation locale pour une innovation, le territoire se transforme en entité compétitive.

1.2. Définition du développement local

*« Le développement local, c'est d'abord la souplesse opposée à la rigidité des formes d'organisations classiques, une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités sur un territoire donné à partir de la mobilisation de ses ressources et de ses énergies s'opposant aux stratégies d'aménagement du territoire centralisées. Cette notion exprime l'idée d'une économie flexible, capable de s'adapter à des données changeantes, et constitue une alternative à la mise en place de grandes unités. La politique du développement local implique également des stratégies de financement et de formation, et passe par la décentralisation des niveaux de décision politique, économique et financière. En ce sens, la démarche du développement local peut être généralisée à différentes échelles régionale ou même nationale ».*²

Quant à Paul HOUÉE, il le définit comme suit : « *le développement local est une démarche globale de mise en mouvement et synergie des acteurs locaux pour la mise en valeur des ressources humaines et matérielles d'un territoire donnée, en relation négociée avec les centres de décision économiques, sociaux, culturel et politique* ».³

¹ Ftesson I. perso.univ-pau.fr/tesson/images/DevLocal_1.pdf.

² François. P ; « *Développement local* » in Lévy Jacques et Lussault Michel Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Belin ; 2003 ; p. 251 à 253.

³ Houee. P ; « *Le développement local au défi de la mondialisation* » ; l'harmattan ; paris, 2001, p108.

Selon la DATAR « *le développement local se caractérise comme la mise en œuvre le plus souvent mais pas exclusivement, dans un cadre de coopération intercommunale, d'un projet global associant les aspects économiques, sociaux, culturels de développement. Généralement initié par des élus locaux, un processus de développement local s'élabore à partir d'une concentration large de l'ensemble des citoyennes et des partenaires concernés et trouve sa traduction dans une maîtrise d'ouvrage commun* ». ¹

Selon Bernard Pecqueur, « *le développement local est une dynamique qui met en évidence l'efficacité des relations non exclusivement marchantes entre les hommes pour valoriser les ressources dont ils disposent* ». ²

Selon l'ONU, le but du développement est d'élever le niveau de vie des masses du peuple et de donner à tous les êtres humains, la chance de développer leur potentiel.

A partir de ces définitions, on conclut que le développement local est une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités, et de mise en valeur des ressources humaines et matérielles sur un territoire donné.

1.3. Les principaux outils du développement

Le développement local fait appel à plusieurs outils principalement résumés dans ce qui suit.

1.3.1. L'aménagement du territoire

L'aménagement du territoire est une politique publique de reconfiguration de l'espace géographique d'un pays dans la disposition des hommes, des activités, des équipements et des moyens de communication. C'est une vision prospective globale qui définit les grandes orientations et fixe le cadre de développement des zones.

¹ GREFFE.X ; « *Le développement local* » Édition de l'Aube, 2002 p147.

² Pecqueur. B ; « *Le développement local : mode ou modèle* » ; Paris ; Ed ; Syros alternative ,1991.

1.3.2. La politique de décentralisation

C'est une politique de partage de pouvoir de décision entre les élus des différents échelons infra-étatiques appuyée par la déconcentration des structures de l'État et de mobilisation des ressources propres.

1.3.3. La gouvernance locale

La gouvernance locale est définie comme l'ensemble des interactions entre les acteurs d'une communauté locale (*le secteur public, le secteur privé et la société civile*) orientées vers la définition d'un projet global commun et de projets spécifiques de développement des collectivités.

1.3.4. La participation citoyenne

Elle s'exprime au sein des structures de gouvernance locale. L'administré qui est aussi électeur participe dans la prise de décision des affaires locales à travers une micro organisation des citoyens dans le cadre de comités ou d'associations.

1.3.5. Fiscalité nationale et fiscalité locale

Dans ce cas, nous faisons référence au fédéralisme fiscal ou budgétaire dont le principe est le partage de ressources financières entre l'Etat centrale et les collectivités de base. Ce processus de partage de ressource accompagne parallèlement celui de partage de décision.

1.4. La structure du développement local

Le développement local comporte deux composantes essentielles : une partie structurelle et une partie socio-économique. La partie structurelle se rapporte aux structures de gestion et de financement, c'est-à-dire aux structures décentralisées. Il s'agit de la partie tangible du développement local.

La partie socioéconomique concerne les individus et l'interaction entre les différents acteurs qui participent au développement local. La prise en compte des parties structurelle et

socio-économique est non seulement nécessaire, mais absolument fondamentale à tout processus de développement local.

1.5. Les objectifs du développement local

Le développement local est basé sur la population locale, il vise essentiellement à la création d'emplois et répartition de la richesse d'un pays. Comme il vise à l'aménagement du territoire, l'amélioration de style de vie d'un pays à partir de leur ressource financière, naturelle et culturelle.

1.6. Les enjeux du développement local

Plusieurs enjeux de développement local sont à distinguer et parmi ces enjeux nous citons :

- Le développement local semble être un élément important à ne pas négliger pour la mise en place de tout projet sur un territoire ;
- Peut permettre une meilleure cohésion sociale entre l'ensemble des habitants et des acteurs d'un territoire ;
- L'amélioration de l'économie locale, non seulement en terme financier, mais également en termes d'emplois, de maintien d'activités et un meilleur partenariat entre les acteurs locaux ;
- Le développement local peut permettre aussi le désenclavement des territoires jusque-là isolé en améliorant les moyens de transport et de communication. ceci permet une meilleure ouverture au monde.¹

Section 2 : Le développement territorial

Chaque pays au monde possède d'un territoire qui le spécifie et ce territoire doit être développé et aménagé par leurs populations à travers les ressources et richesses qu'il appartient.

¹ LUCIE.D ; « le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local touristique et culturel » ; mémoire de master, Université de Toulouse, juin 2007, p12.

2.1. Définition du développement territorial

Le territorial fait référence à un territoire dans ce cas-là on doit d'abord définir le territoire et tous ce qui est en relation avec le territoire.

2.1.1. Le territoire

Un territoire est un espace géographique délimité par des frontières avec ses spécificités topographiques, géographiques et climatiques. Un territoire est une étendue de terre appropriée par un groupe d'individus qui travaillent ensemble pour assurer un avenir commun et qui les représente. Un territoire se caractérise par une appropriation, des limites et un nom.¹

Selon la définition du géographe Claude Raffestin, le territoire est « *un espace transformé par le travail humain* ». ² D'après Pierre George et Fernand Verger, le territoire est défini comme un espace géographique qualifié par une appartenance juridique (*territoire national*), une particularité naturelle (*territoire montagneux*) ou culturelle (*territoire linguistique*).³ Le terme terroir est aussi lié au territoire car il renvoie à un territoire aménagé par l'homme pour l'agriculture. Ce terme peut aussi être utilisé pour parler d'un territoire administré par une communauté rurale.

2.1.2. Le développement territorial

Le développement territorial à plusieurs définitions, donc on cite les suivants :

« *Le développement territorial est un processus volontariste cherchant à accroître la compétitivité des territoires en impliquant les acteurs dans le cadre d'actions concertées, généralement transversales et souvent à forte dimension spatiale* ». ⁴

¹ Brunet ; « *A.Moin ; le territoire comme un système complexe : un concept opératoire pour l'aménagement et la géographie* » ; www.cairn.info

² Claude. R ; « *Ecogénèse territorialité* » ; in Auiac F. et Brunet R. (eds), espaces, jeux et enjeux, paris : fayard, 1986, p.p.173-185.

³ Pierre. G et Fernand .V, dictionnaire de la géographie, paris, presses universitaires de France, 2009.

⁴Baudelle .G, Guy. C ; « *Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats*, coll. Didact Géographie » éd. Presses Universitaires de Rennes 2011, p.281

« Plus qu'un système productif territorialisé, un territoire en développement est une stratégie collective qui anticipe les problèmes et secrète les solutions correspondantes ». ¹

« Processus durable de construction et de gestion d'un territoire, à travers lequel la population de celui-ci définit, au moyen d'un pacte sociopolitique et de la mise en place d'un cadre institutionnel approprié au contexte, son rapport à la nature et son mode de vie, consolide les liens sociaux, améliore son bien-être et construit une identité culturelle qui a sa base matérielle dans la construction de ce territoire. ». ²

Donc le développement territorial est un processus de gestion et d'analyse des compétitivités et les patrimoines d'un territoire donné.

2.2. L'attractivité et la compétitivité territoriale

2.2.1. Définition de l'attractivité

Selon F. Hatem (2004) l'attractivité se définit comme la « *capacité pour un territoire d'offrir aux acteurs des conditions qui les convainquent de localiser leurs projets sur leurs territoires plutôt que sur un autre* ». Elle est également définie par Pierre Dambron, l'attractivité est la « *capacité d'un territoire à attirer les populations et les entreprises et à les retenir dans un contexte de mobilité croissante au plan national et international* ».

D'après ces définitions, on déduit que l'attractivité est la possibilité d'attirer un ensemble d'éléments actifs (*entreprise, population, institution...*) qui peuvent valoriser le territoire, lors de leur présence sur ce dernier.

2.2.2. Définition de la compétitivité

Selon le Conseil d'Analyse Economique Européen, la compétitivité consiste à la « *capacité à fabriquer des biens et services qui répondent aux exigences des marchés internationaux, tout en offrant au citoyen un niveau de vie, qui tout à la fois élevé et puisse être préservé à long terme* ».

¹Greffe.X ; « Le développement local », éd. de l'Aube, coll. Bibliothèque territoires 2002, p.198.

²Peemans J.-Ph ; « *Territoire, développement et mondialisation. Points de vue du sud* » ; éd. Sylepse, coll. Alternative sud, 2008 p.199.

D'après cette définition, on déduit que la compétitivité et l'attractivité sont attachés l'une à l'autre.

2.3. Facteurs de l'attractivité territoriale

Les facteurs de l'attractivité territoriale peuvent être répartis en deux catégories ; les facteurs traditionnels et les nouveaux facteurs de l'attractivité territoriale.¹

2.3.1. Les facteurs traditionnels

Plusieurs facteurs d'attractivité ont été pris en considération comme facteurs traditionnels.

Citons parmi eux les facteurs suivants :

2.3.1.1. L'environnement économique

Représente l'ensemble d'éléments reliés directement avec les activités des entreprises. Ces facteurs peuvent avoir un effet positif ou négatif sur l'attractivité du territoire.

2.3.1.2. La situation géographique

Elle joue un rôle primordial dans l'attractivité du territoire, elle peut être à l'origine du succès des entreprises et de leur évolution, puisque elles se situent dans un endroit géographique qui réunit plusieurs facteurs qui favorisent le développement des entreprises.

2.3.1.3. L'environnement et le cadre de vie

L'environnement est évalué à travers un cadre de vie qui regroupe la qualité de vie, la beauté du paysage, la disponibilité des ressources et la sécurisation des personnes et des biens.

L'harmonie de ces éléments reflète une meilleure image du territoire et attire davantage les entreprises.

¹ Mehdi.F ; « *Aménagement du territoire industrielle, cas de commune : Elkseur et Akbou* » ; Mémoire du master, Université Abderrahmane MIRA-Bejaia, 2012 p.p.p 20, 23, 24.

2.3.1.4. Les externalités technologiques

Elles se forment par les échanges de connaissances entre les entreprises. Elles constituent des économies d'agglomération qui encouragent les installations à côté des entreprises concurrentes pour former des districts technologiques.

2.3.1.5. L'accessibilité et les dotations du territoire

La disponibilité des infrastructures sur un territoire donné incite les entreprises à se localiser.

2.3.2. Les nouveaux facteurs

D'autres facteurs qualifiés de « *nouveaux facteurs d'attractivité* » peuvent influencer positivement ou négativement sur l'attractivité des territoires. Ils sont de nombre de quatre.

2.3.2.1. Le réseau territorial

C'est la collaboration entre les acteurs de plusieurs territoires afin de réaliser un travail de développement commun au profit d'un territoire bien précis.

2.3.2.2. La différenciation

Se différencier par rapport aux autres territoires par un élément ou plusieurs éléments doit être pris en considération dans une logique de destinée commune plus large. C'est une diversification positive enrichissante.

2.3.2.3. Le leadership

Le partage de certaines visions par un groupe d'acteurs sur un territoire à propos d'un projet bien déterminé, peut engendrer, avec le temps, une amélioration et une évolution de ce territoire. Le leadership est consenti dans le domaine académique, administratif et traditionnellement industriel.

2.3.2.4. Accompagnement des acteurs économiques

Lorsque l'entreprise s'installe sur le territoire, elle doit être prise en toute considération, pour encourager ses activités. Il faut lui offrir des conditions nécessaires pour la maintenir sur le territoire et éviter sa délocalisation dans l'avenir.

Pour optimiser l'attractivité territoriale, un positionnement territorial réussi requiert l'adéquation entre les avantages recherchés par les entreprises et ceux promus par le territoire.

2.4. Les stratégies de compétitivité

L'aptitude des entreprises à créer, à acquérir et à exploiter commercialement, sur les marchés mondiaux, des connaissances nouvelles est un facteur essentiel de la pérennité de leur compétitivité. Les territoires doivent assurer un environnement adéquat pour que les entreprises puissent exercer plus au moins facilement leurs stratégies qui peuvent se résumer en ce qui suit.

2.4.1. Stratégie d'innovation

Qui consiste pour une entreprise, à s'approprier les bénéfices du savoir qu'elle a accumulée car elle peut être confronté à l'exigence d'investir par elle-même dans la recherche et développement.

2.4.2. Stratégie des technologies de l'information

Qui repose sur l'utilisation des technologies de l'information pour réduire les coûts de l'entreprise et d'accroître sa productivité. Actuellement le développement de l'entreprise ne se fait plus sans l'intégration des STI dans leur mode de fonctionnement et de gestion.

2.4.3. Stratégie de créneau

Elle a pour but de faire de l'entreprise un acteur de classe mondiale extrêmement spécialisé et positionné sur un créneau très étroit.

2.4.4. Stratégie de réseau

Elle suppose un travail de coopération avec d'autres entreprises, quel soient petites, moyens ou grandes, afin d'améliorer sa propre capacité à acquérir et à assimiler des innovations.

2.4.5. Stratégie de grappes

Incite les entreprises à s'installer à proximité immédiate de leurs concurrents de façon à bénéficier de leur savoir par un phénomène de propagation, notamment aux premiers stades du cycle de vie d'un savoir-faire industriel, c.-à-d. Au début de maîtrise, de l'activité industrielle de l'entreprise.

2.4.6. Stratégie d'investissement direct à l'étranger

Les entreprises cherchent à exploiter leurs actifs spécifiques à l'étranger. En conclusion la conceptualité de l'attractivité et celle de la compétitivité consiste à expliquer les différentes théories ainsi les stratégies qui engendrent l'évolution des territoires.

Section 3 : L'aménagement du territoire

L'étude d'aménagement du territoire est un outil précieux dans le domaine de l'aménagement du territoire dans tous les pays du monde. Elle a pour fonction de préciser et de valoriser les besoins d'une localité (*wilaya, département, canton ...*) en conformité avec les lignes directrices des schémas nationaux d'aménagement de territoire (*SNAT et SEPT dans le cas de l'Algérie*).¹

Avant de présenter la définition de l'aménagement du territoire nous allons d'abord présenter les théories traditionnelles de développement local et territorial.

3.1. Présentations des théories traditionnelles du développement local et territorial

Nous allons présenter trois théories traditionnelles.

3.1.1. Les districts industriels

Sont définis comme « *un système de production localisé géographiquement* » (*Tremblay, 1996*) qui fait appel au potentiel de développement endogène sur un territoire donné. L'approche des districts industriels se situe dans la tradition de recherche de

¹ Le schéma de l'espace de programmation territorial.

l'économiste Alfred Marshall¹. Ce courant de recherche a été notamment repris par Becattini avec l'exemple des districts italiens et puis les travaux de Piore et Sabel ont montré que les districts industriels pouvaient se constituer comme une tendance générale dans le développement local (Benko, Lipietz, 1992).

3.1.2. Des milieux innovateurs

Cette théorie a été développée par Philippe Ayalot et Denis Maillat. La perspective nouvelle proposée dans ce courant est de montrer que le développement des entreprises est le résultat des forces innovatrices dans un milieu donné. L'accent est donc mis sur le territoire et sur les conditions qui existent dans ce territoire qui permettront de développer l'entrepreneuriat local. La théorie des milieux innovateurs peut s'apparenter aux travaux de l'économiste Schumpeter et aux travaux des économistes évolutionnistes (Tremblay, 1996).

3.1.3. Approche du post-fordisme et de la spécialisation flexible

Est fondée sur l'innovation pour contrer les effets des politiques de minimisation des coûts et de la compétition des pays récemment industrialisés. Cette approche implique des processus de production plus souples pouvant s'adapter à la mise en marché de produits différenciés à forte valeur ajoutée. L'approche du post-fordisme et de la spécialisation flexible a été développée dans les travaux de Piore et Sabel et dans ceux de Lipietz et Boyer.

3.2. Définition de l'aménagement du territoire

l'aménagement du territoire peut être défini comme « *l'action et la politique (plutôt que la science, la technique ou l'art) de disposer avec ordre, à travers l'espace d'un pays et dans une vision prospective, les hommes et leur activités, les équipements et les moyens de communications qu'ils peuvent utiliser, en prenant en compte les contraintes naturelles, humains et économiques voire stratégiques* ».

¹Alfred.M né le 26 juillet 1842 à Londres, et mort le 13 juillet 1924 à Cambridge, est un économiste britannique, considéré comme l'un des pères fondateurs de l'école néoclassique

3.2.1. Les acteurs de l'aménagement du territoire

L'aménagement du territoire exige la coopération entre plusieurs acteurs et encourage l'action participative dans la réalisation des projets visant un développement territorial. Les principaux acteurs sont :¹

3.2.1.1. L'Etat

Il est considéré comme l'acteur principal qui intervient dans les politiques d'aménagement du territoire, dans la répartition de la richesse nationale et sur l'aspect social, car il est le seul acteur ayant le pouvoir de réaliser de telles sortes de projets. L'Etat prend en charge tous les projets convoitant le développement du territoire national à travers la politique de décentralisation qui se base sur la solidarité nationale ainsi que sur la coopération interrégionale. L'Etat est à la fois un concepteur et exécuteur des politiques d'aménagement du territoire.

3.2.1.2. Les populations

Elles sont considérées comme un acteur puissant ayant une influence importante sur l'aménagement du territoire. La concentration démographique, le taux de variation (*nombre de natalité et celui mortalité*), aussi les conséquences engendrées par la localisation et la délocalisation des populations durant le temps, ajoutant à cela le comportement et les activités de la population sur le territoire (*consommation, voyage, participation dans le choix de leurs représentants lors des élections, etc.*) apportent des précisions spécifiques du territoire pour une meilleure stratégie de son aménagement.

3.2.1.3. Les entreprises

Les entreprises influencent massivement sur le devenir du territoire. Les mutations créées par ces entreprises localisées varient en fonction de certains critères comme la taille de l'entreprise (*petite, moyenne ou grande*) ainsi son domaine d'activité. De là en distingue entre

Mémoire de Master en Science de Gestion de Mehdi. F ; « Aménagement du territoire et localisation industrielle, cas des communes : elkseur et akbou » ; 2013/2014, p35-37.

la manière dont les petites et les moyennes entreprises se localisent. Elles se trouvent concentrées dans une même zone, leurs activités limitées et leurs tailles sont réduites, mais les grandes entreprises se trouvent localisées au niveau local, national, et international (*les filiales*).

C'est le cas des firmes transnationales qui s'installent dans leurs pays et disposent de filiales dans d'autres pays. Ces entreprises par contre ne façonnent pas que l'espace régional, elles façonnent l'espace national et international aussi. On pourra donc différencier les rôles et l'influence de ces entreprises sur le territoire d'accueil lors de leurs implantations en offrant les avantages d'absorption de chômage, d'attraction de nouveaux investisseurs, de contribution dans les impôts, de la satisfaction des marchés et de l'offre de services.

3.2.1.4. Les collectivités locales

Elles constituent un acteur principal qui réalise les projets d'aménagement, puisque l'aménagement du territoire national, commence par l'aménagement des territoires locaux. Donc une bonne/mauvaise organisation du territoire local est la conséquence d'une bonne/mauvaise organisation du territoire national. En effet l'aménagement des espaces locaux forme la base de toutes les politiques d'aménagement du territoire.

3.2.1.5. Les autres acteurs

Pour un bon déroulement d'une telle politique d'aménagement du territoire la coordination entre les différents acteurs est indispensable. Ils existent d'autres acteurs (*public/privé*) qui contribuent dans la réalisation de ces politiques comme :

- Les sociétés de construction ;
- Les entrepreneurs, les techniciens, et les concepteurs ;
- Les associations socioculturelles.

3.3. L'aménagement à l'échelle régional et local

Avec les lois de décentralisation en France de 1982 et 2003, on assiste à un exemple concret de transfert d'une partie des compétences de l'Etat aux collectivités territoriales (*les régions, les départements, communes*).¹

3.3.1. L'échelle des collectivités territoriales

Les collectivités territoriales sont des structures administratives autonomes de l'Etat qui ont des compétences à leur échelon.

Les collectivités territoriales ont désormais un rôle déterminant dans l'aménagement des territoires, car elles sont plus à même que l'Etat à proposer des projets correspondant aux réalités locales. Chacune de ces collectivités territoriales possède des compétences propres. A titre d'exemple les régions sont gérées par des conseils régionaux qui élisent un président de région. Leurs compétences sont variées et on distingue :

- Développement économiques ;
- Organisation de la gestion et de la prévention des déchets ;
- Transports régionaux ;
- Formation professionnelle continue et apprentissage ;
- Construction, entretien et fonctionnement des lycées ;
- Protection du patrimoine ;
- Développement des ports maritimes ;
- Réserves naturelles régionales.

Les départements sont gérés par des conseils départementaux qui ont de large compétence par-rapport aux régions. Ils sont chargés de ce qui suit :

- Aide sociale (*aide sociale à l'enfance, ou personne handicapées, personne âgés...*) ;
- Construction, gestion et entretien des collèges ;
- L'équipement rural.

Les communes par fois regroupées en institutions intercommunales ou d'une manière plus large des territoires rassemblés par une charte d'objectifs communs, interviennent dans

¹<https://www.kartable.fr/ressources/geographie/cours/acteurs-et-enjeux-de-lamenagement-des-territoires/9423>

l'aménagement du territoire en définissant des plans locaux urbains dans les domaines suivant :

- Les écoles préélémentaire et élémentaire ;
- Domaine sanitaire et sociale (*crèche, foyer des personnes âgées*) ;
- Domaine culturel (*musée, bibliothèque.....*) ;
- Entretien de la voirie communale.

Les citoyennes également participent à l'aménagement du territoire à travers leur implication dans des associations des conseils de partie et des débats publics, c'est ce que l'on nomme par la démocratie participative. Ils sont consultés dans le cadre d'enquête publique avant la réalisation de projets d'aménagement et pouvant manifester leur mécontentement par des manifestations contre la réalisation de certains projets.

3.4. Les objectifs de l'aménagement territorial

Les politiques d'aménagement rencontrent deux volontés majeures.

3.4.1. Le développement économique et l'équité spatiale

Le libre jeu des acteurs économiques aurait tendance à favoriser les inégalités spatiales et par conséquence les inégalités de développement, car tous les territoires n'offrent pas les mêmes qualités et avantages. La politique d'aménagement a pour but de contribuer au rétablissement de l'équité territoriale par le jeu des taxes et des primes.

3.4.2. L'aménagement et la protection des espaces

Les installations portuaires, le phénomène d'urbanisation, les espaces touristiques, les installations nucléaires sont autant d'équipements qui bouleversent l'environnement local. Il n'existe pas à l'heure actuelle de politique d'aménagement qui réunit effectivement le développement économique et la préservation de l'environnement. L'aménagement du territoire mobilise tout un ensemble de secteurs d'intervention pour parvenir aux objectifs énoncés ci-dessus :

- Le développement économique ;
- Les politiques sociales spatialisées ;

- Les politiques du logement ;
- Le développement des infrastructures, notamment de transport et de communication ;
- La disponibilité des ressources en eau et leur gestion intégrée afin d'assurer leur durabilité ;
- La préservation et la mise en valeur de l'environnement comme on la conçoit par exemple dans la gestion intégrée des zones côtière.

Conclusion

Chaque territoire regroupe des ressources naturelles, humaines et sociales qui sont aménagées conformément à une politique globale d'aménagement d'un territoire. La mise en synergie de l'ensemble de ces ressources peut s'avérer incohérente à cause de la distance existante entre le planificateur et les réalités des territoires de base.

L'aménagement, l'attractivité du territoire et l'exploitation de leur ressource dans des normes idéales dans le sens de créer un véritable progrès des localités et d'influencer la croissance économique d'un pays, nécessite une adaptation de la planification à un niveau infra-étatique complémentaire des politiques globales dont les règles et lois sont spécifiques à chaque pays.

C'est ainsi que le développement local et territorial vient enrichir et clarifier les stratégies des pouvoirs publics, des acteurs économiques, sociaux et culturels mais aussi des populations locales pour rendre le territoire avec toutes ses spécificités un facteur clé et dynamique du développement économique, local et territorial dans un pays. Des politiques de développement local ou territorial réussies engendrent souvent une influence positive sur les politiques et stratégies nationales mais elles arrivent aussi à définir des ordres géopolitiques à l'échelle internationale.

Chapitre II : Le tourisme local vecteur du développement local

Aujourd'hui le tourisme est considéré comme un vecteur de développement dans plusieurs pays au monde à l'instar de la France, la Tunisie, le Philippines, le Sri Lanka...etc. chaque pays possède des ressources et potentialités touristiques propre à lui qui sont aménagées et exploitées par des acteurs pour créer et maintenir l'attractivité de leur territoire. Grace aux politiques publiques dans le domaine touristique qui visent à valoriser les potentialités naturelles, patrimoniales, sociales et culturelles d'un territoire donné la croissance économique du pays, retrouve son effet levier dans le secteur touristique.

L'Algérie est un territoire très étendu, elle occupe la 10^{ème} position dans la grandeur de la superficie. Elle est dotée de riches naturelles très importantes en matière de paysages très diversifiés, en ressource humaine jeune et en capacité financières considérables grâce à la manne pétrolière. Mais, les autorités algériennes pour des raisons diversifiées, n'ont jamais opté pour l'instauration et le développement touristique à l'échelle internationale. A l'inverse, ces mêmes autorités n'ont jamais manqué d'intérêt au développement du secteur au niveau interne et local.

C'est dans ce cadre que nous allons consacrer le présent chapitre à l'étude des politiques publiques algérienne en matière de l'aménagement touristique d'un territoire et de mettre en avant les richesses dont dispose l'Algérie.

Section 1 : Les notions de base sur l'activité touristique

Le tourisme est un facteur indispensable dans le développement de l'économie d'un pays. C'est pour cela que nous trouvons la nécessité de présenter le tourisme et ses caractéristiques en Algérie.

1.1. Définition de l'activité touristique

Les pratiques touristiques sont constituées par un déplacement de personnes, un changement de place et un changement d'habiter dans un objectif non lucratif. Elles constituent aussi un hors-quotidien, qui suppose l'éloignement de l'individu de sa demeure et de son espace de vie habituel.

Au sens de l'organisation mondiale de tourisme (OMT)¹ et la commission statistique technique des nations unies, le tourisme est considéré en théorie comme un lieu de référence pour les voyageurs, il rassemble « *les activités déployés par les personnes au cours de leur voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs* ».²

Le conseil international du tourisme et des voyages (WTTC, 2015)³ prévoit le développement de l'activité touristique à l'échelle mondiale comme suite :⁴

- Le PIB du secteur du tourisme et des voyages devra connaître une croissance moyenne annuelle de 3,8% à long terme, la croissance devra continuer à dépasser celle de l'économie mondiale ainsi des autres industries ;
- Le secteur des voyages et du tourisme devrait permettre de créer 72,9 millions de nouveaux emplois dont 23,2 millions d'emplois directs ;
- La contribution du tourisme à l'économie globale a augmenté de 9,8% en 2014 et sera de 10,5% en 2025, la réussite de cette croissance repose sur la croissance des dépenses touristiques ;
- L'Asie du sud est la région qui connaîtrait la plus grande croissance à long terme (7%) environ ;
- Les principaux pays dont la croissance contribuera le plus au PIB du secteur d'ici 2025 seront l'Inde, la Chine, Thaïlande, l'Indonésie, Pérou et le Kenya.

¹L'organisation mondiale du tourisme

² LAURENT.A ; « *Caractériser le tourisme responsable facteur de développement durable* » ; Ministère des affaires étrangères, Beira, 2003 ; p8 ; site : [http : //www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/01-10](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/01-10).

³world travel and tourism council

⁴<https://tourismexpress.com/nouvelles/rapport-wttc-impact-economique-des-voyages-et-du-tourisme-dans-le-monde-en-2014-et-perspectives-2015-2025>

On conclut que le tourisme regroupe plusieurs aspects tels que : la géographie, le social et l'économie.

1.2. Typologie de l'activité touristique

On peut classer le tourisme en deux parties, traditionnel et moderne comme indiqué dans ce qui suit.

1.2.1. Le tourisme traditionnel

Selon Marcouiller et Cordell (2000) le tourisme traditionnel regroupe le tourisme de loisirs envers les parcs, les stations balnéaires, les stations thermales, les campements, les zoos, les terrains de golf, station de ski pour récréation et relaxation¹. A partir de cette définition on déduit que le tourisme traditionnel regroupe le tourisme balnéaire, thermal, sportifs, du désert...etc. ces derniers présentent des caractéristiques particulières à chaque type de tourisme ainsi que des objectifs bien précis.

Le tourisme médical et thermal attire les personnes et touristes recherchant les remèdes et thérapies dans les sources naturelles, les stations thermales et spas ainsi que les centres médicaux de hauts niveaux dotés de laboratoires sophistiqués et de médecins compétents et spécialisés dans la remise en forme.

Le tourisme balnéaire, quant à lui, attire les personnes et les touristes qui aiment profiter des bienfaits de la mer et des plages et pratiquer des activités comme le beach-volley, le surf, la nage et la plongée sous-marine.

Le tourisme de loisirs est prétendu par les personnes qui visitent des destinations avec leurs familles en période de leurs vacances dans le but de changer d'air, de se reposer et de profiter des sorties. Les touristes de plaisir et de loisirs dépensent leur argent et leur temps dans différentes destinations telles que les plages ou les montagnes. Ils arrangent généralement leur voyage en une courte période avant leur départ.

¹ Holoviak, P, Duda, A; « *An evolution of strategies and finances of the rural tourism industry* ». The center of rural Pennsylvania. Université Kutztown.

Le tourisme du désert concerne les personnes qui visitent les différents déserts dans le but de vivre et découvrir la même expérience que la population locale.

Le tourisme sportif est une forme de tourisme qui attire les sportifs et les amateurs de sport qui doivent quitter leur localité d'origine pour des motifs liés au sport. Selon Ritchie et Adair (2004)¹, le tourisme sportifs inclut tout voyage entrepris pour participer dans des vacances de sport passives ce qui est le cas des évènements sportifs spéciaux, des musées sportifs ou des vacances de sport actives comme le cas de la plongée sous-marine, le cyclisme ou le golf.

1.2.2. Le tourisme moderne

Il est inclus dans le tourisme moderne toutes les activités liées aux caractéristiques de la vie moderne d'aujourd'hui. On distingue ce qui suit.

1.2.2.1. L'écotourisme

Ce tourisme attire les personnes qui cherchent à visiter les zones naturelles afin de comprendre l'histoire de la nature et la culture de l'environnement. Selon Ceballos-Lascurain (1983), l'écotourisme englobe les voyages relatifs aux régions naturelles et saines pour des motifs spécifiques d'étudier, d'admirer et de profiter des paysages, des animaux et des plantes sauvages ou d'autres manifestations culturelles.²

1.2.2.2. Le tourisme d'aventure

Ce type de tourisme attire les personnes qui pratiquent des activités aventureuses comme l'escalade, le camping, les randonnées, le parachutisme... etc.

¹ Lim C.C; Patterson; I; Sport Tourism on the Islands; « *Impact of an International Mega Golf Event* ». Journal of sport @ Tourism 2008, 13 p.p.115-133.

²Frey, N, Richard, G; responsible tourism management; de messing link between business owner's attitudes and behavior in the Cap town tourism industry. Tourism management 2009 ,p.p. 31 (5): (1-8)

1.2.2.3. Visite de famille et des amis

Ce tourisme s'inscrit dans le cadre de visites domestiques aux membres de la famille et aux amis quand ils résident ou travaillent à l'étranger. Ce type de tourisme a pris une ampleur considérable avec l'évènement de la mondialisation de flux humain.

1.2.2.4. Le tourisme de conférence et d'événements

C'est le type de tourisme qui existe dans les pays qui organisent des conférences, des meetings ou des événements aux normes internationales et qui doivent accueillir des participants et des invités spécialisés du monde entier.

1.2.2.5. Le tourisme d'affaires

Ce type de tourisme concerne les personnes qui voyagent pour des raisons relatives à leur travail. Ils sont considérés parmi les « *anciens touristes* » car autrefois les commerçants voyageaient beaucoup pour échanger les marchandises. Riddle (1999) affirme que les touristes d'affaires sont moins sensibles au coût de voyage en comparaison avec les autres types de touristes ce qui présente une large marge bénéficiaire pour les entreprises touristiques.¹

1.2.2.6. Le tourisme culturel

Il regroupe les personnes et les touristes visitant les sites culturels à caractère archéologique, religieux, artistique, antique, historique ou architectural tels que les anciennes bâtisses et villes, les musées, les mosquées, les églises, les synagogues et les marabouts. Confer et Kerstetter (2000) associent les traditions culturelles, les sites historiques, les pratiques folkloriques et religieuses au tourisme patrimoine, aussi appelé tourisme culturel.²

¹ Alhroot, A. H. J; « *Marketing of a destination: Jordan as a case study* ». Thèse de doctorat. Université de Huddersfield. Huddersfield. Royaume-Uni 2007, P407.

² Holoviak, P; Duda, A; « *An evolution of strategies and finances of the rural tourism industry* ». The center of rural Pennsylvania. Université Kutztown 2012.

1.3. Les composantes de l'activité touristique

L'activité touristique englobe l'offre et la demande touristique et c'est pour cela que nous allons présenter ce qu'est une offre touristique et une demande touristique.¹

1.3.1. L'offre touristique

C'est l'ensemble des biens et services touristiques pouvant être présentés sur le marché à un prix donné et pouvant satisfaire la demande potentielle des consommateurs.

L'offre touristique se compose de plusieurs éléments qui peuvent être regroupés en deux catégories (*l'offre originale et dérivée*).

1.3.1.1. L'offre originale

Elle se compose de toutes potentialités touristiques qui sont les conditions de base du développement touristique et qui induisent les activités touristiques. Elle regroupe :

- **Les ressources naturelles** : constituent les disponibilités et les données de la nature à la société, comme le climat, soleil, montagne, plage... ;
- **Ressources créées par homme** : qui sont l'ensemble des monuments historiques et architecturaux, traditions, coutumes, art culinaire, musique, musées, les espaces de détente, les festivals et spectacles.

1.3.1.2. L'offre dérivée

Elle se compose de toutes les infrastructures mises en place par l'homme afin d'exploiter les ressources touristiques, on distingue les moyens de transports, les hébergements, les équipements distractifs, sportifs, culturels et de divertissements.

¹ OUDJEDOUB.O ; « *Aménagement touristique et développement local : Cas de la commune d'Aokas* », Mémoire du master ; Université Abderrahmane MIRA-Bejaia 2014, p.p12, 13.

1.3.2. La demande touristique

La demande touristique correspond aux divers quantités de biens et services touristiques que les consommateurs veulent et peuvent acheter à un prix donné. Le consommateur désigne le type de la clientèle touristique qui peut être jeune ou vieille et qui possède un niveau de vie distinct des autres catégories de visiteurs.

1.4. Les enjeux économiques de l'activité touristique

L'analyse économique de l'activité touristique met en avant l'importance des activités qui lui sont associées, d'où l'ensemble des effets d'entraînements que cette activité peut avoir sur le reste de l'économie, bien que ces effets restent difficiles à mesurer et à quantifier. Autrement dit, le tourisme est un investissement productifs qui impacte et dynamise de très nombreux autres secteurs de l'économie.¹

1.4.1. La création des emplois

L'activité touristique est une activité créatrice de nombreux emplois et donc réductrice du chômage, et ce peut être dans le secteur formel et le secteur informel. Les emplois créés touchent à la fois la main d'œuvre qualifiée, semi qualifiée et même non qualifiée, ils touchent à la fois les hommes et les femmes (*durant les saisons estivales, on assiste même à l'exploitation de la main infantile*).

On distingue trois types d'emplois destiné à l'activité touristique :

- Des emplois directs qui sont des métiers purement touristiques comme les agences de voyages, hébergement... ;
- Des emplois indirects qui correspondent partiellement à l'activité touristique tel que : les centres de loisir, d'animation... ;
- Des emplois induits par l'activité touristique, telle l'activité artisanale, agricole, confection...

¹ AMNACHE-CHIKH Sabrina ; « *l'activité touristique en Algérie : réalité et perspectives de développement* » ; in REVUE EL BAHETH ; Université de Ouargla, 2017.

1.4.2. Impact du secteur touristique sur la balance des paiements

Le tourisme impacte fortement la balance des paiements, car les services touristiques ont un poids dans les paiements internationaux, au même titre que les importations et les exportations, et ce grâce au volume important de recette en devises que génère l'activité touristique. Le tourisme permet d'accéder à l'exportation sans avoir à transporter des biens et services.

Section 2 : Présentation des spécificités touristiques en Algérie

Selon Dryfeus-Signoles Catherine : « *l'aménagement touristique suppose de réussir l'intégration d'un ou plusieurs équipements (hôtels, parcs, stades, salles de spectacles, salles de cinéma, musées...etc.) à leur environnement, et pour les faire accompagner de toute une série de mesures, non directement touristique mais utiles ou nécessaires à un meilleur fonctionnement de l'ensemble des équipements réalisé* ». ¹

2.1. Les acteurs de l'aménagement touristique en Algérie

Les politiques d'aménagement et de développement touristiques en Algérie, sont dotées d'un nombre considérable d'acteurs, avec deux caractéristiques définies par leurs compétences et leurs moyens de recouvrement. La mixité des interventions publiques et privées y est omniprésente. L'organisation touristique locale n'est pas devenue une activité relevant pleinement du secteur privé. Tout au plus les politiques publiques d'aménagement et de développement touristique se sont adaptées.

2.1.1. Les acteurs publics

Le ministère du tourisme et de l'artisanat (MTA) est l'organe chargé de conception de la politique et de la stratégie touristique au niveau national créée juste après l'indépendance, et qui est redevenue en 2010 le ministère du tourisme et de l'artisanat après avoir été associé avec

¹ DRYFEUS-SIGNOLES Catherine : « *l'espace touristique* », ED BREAL, PARIS 2002, P14.

d'autres secteurs (*ministère de la jeunesse et des sports, ministère de la culture, ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement*). Il est chargé d'élaborer et de mettre en œuvre la politique gouvernementale dans la stratégie de développement, promotion, formation professionnelle en matière de tourisme et de l'artisanat.

Outre ses missions relatives à l'aménagement et à la gestion des zones d'expansion touristique, l'ANDT¹ assure les missions d'ingénierie hôtelière et touristique ainsi que les prestations d'étude et de conseil au profit des opérateurs et des investisseurs. Elle prend également en charge la valorisation des potentialités touristiques en assurant une synergie entre l'ensemble des activités à l'intérieur des zones d'expansion et des sites touristiques.

Ces mesures permettront à l'ANDT de rayonner sur l'ensemble des zones et d'initier toute action visant à garantir la compétitivité de l'offre touristique nationale.

2.1.2. Les acteurs privés

Pour un développement durable du tourisme, l'implication des acteurs privés tels que les investisseurs et les promoteurs est plus qu'indispensable en matière de réalisation d'infrastructure touristique. D'ailleurs l'Algérie a pris plusieurs mesures afin d'encourager le financement du tourisme par le secteur privé.

2.1.3. Partenariat public / privé

Le partenariat public- privé joue un rôle primordial dans le développement du secteur du tourisme, que ce soit en matière de financement ou de réalisation d'infrastructure touristique où l'amélioration de la formation du personnel et l'augmentation des qualification des ressources humains employées dans les différents établissements liés directement ou indirectement au tourisme, notamment les établissements hôteliers.

2.2. Les instruments de l'aménagement touristique

Les instruments de l'aménagement touristique se présentent par les deux schémas nationaux qui sont le « SNAT » et le « SDAT ».

¹ ANDT : agence nationale de développement et de tourisme.

2.2.1. Le Schéma national d'Aménagement du Territoire « SNAT 2030 »

Le Schéma Nationale d'Aménagement du territoire « SNAT » est un acte par lequel l'Etat affiche son projet territorial. Le SNAT 2030 montre donc comment l'Etat compte assurer, dans un cadre de développement durable, le triple équilibre de l'équité sociale, de l'efficacité économique et de la soutenabilité écologique, à l'échelle du pays tout entier pour les vingt années à venir.

Le Schéma Nationale d'Aménagement du territoire est de ce fait un instrument qui traduit et qui met en forme pour l'ensemble de territoire, comme pour chaque une de ses parties, les orientations stratégiques d'aménagement durable de territoire. Il constitue une réponse aux enjeux majeurs du territoire à l'horizon 2030, lesquels résultent par le croisement des éléments fournis par le diagnostic territorial et les éléments de prospective, c'est-à-dire les scénarios possible pour le développement du territoire.¹

2.2.2. Le Schéma directeur d'aménagement touristique «SDAT»

Le Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2030 » constitue une partie intégrante du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT 2030), il est l'acte par lequel l'Etat affiche son projet touristique territorial à l'horizon 2030.

« Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et plus qu'un cadre révérenciel dans lequel se développera l'action publique et privée jusqu'à l'horizon 2030. Il dresse le programme de développement du tourisme national, en vue de l'inscrire progressivement dans les réseaux internationaux en confortant la destination et en consolidant par l'investissement et la qualité de l'offre ainsi que par les atouts naturels et culturels ».²

L'Etat algérienne affiche sa vision du développement touristique à l'horizon 2030 dans le cadre du développement durable, afin de faire de l'Algérie un pays récepteur.

¹ SDAT 2030, « le diagnostic, audit du tourisme algérien », p 09.

² Extrait du message de Monsieur ABDELAZIZ Bouteflika Président de la République algérienne aux participants aux assises nationale et internationales sur le tourisme tenues à Alger en 2008 sur le site internet www.mta.gov.dz

2.3. Les zones touristiques existantes en Algérie

2.3.1 Les zones d'Expansion touristique (ZET)

Selon le décret 66-75 du 04-04-1966 portant applications de l'ordonnance n° 66-62 du 26 mars 1966 relative aux zones et sites touristiques, les ZET sont définies comme suit :

*« Peut être déclarée zone d'expansion touristique (ZET), toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines ou récréatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique, et pouvant être exploitée pour le développement au moins d'une ou sinon plusieurs formes rentables de tourisme ».*¹

Sur le plan spatial la ZET représente un espace propice au développement des activités de tourisme et de loisir, à côté d'autres formes d'activité éventuelles considérées comme étant compatibles et complémentaires au tourisme.

2.3.2. Les Pôles d'Excellence Touristique

Le pôle touristique est une combinaison sur un espace géographique donné d'unités touristiques (*équipements d'hébergement et de loisirs*) et d'activités touristiques en synergie avec un projet de développement territorial. Le pôle touristique est multidimensionnel. Il intègre des logiques sociales (*besoins primaires de la population*), culturelles, territoriales, commerciales (*prise en compte des attentes du marché*) et le périmètre géographique peut intégrer ou non une ou plusieurs ZET.

2.4. Les dotations touristiques en Algérie

2.4.1. Les ressources naturelles

Les ressources naturelles qui composent l'espace touristique sont désignées par le relief, le paysage, le climat, la mer, les rivières, les fleuves, les lacs, la faune et la flore...etc. L'intérêt de ces ressources naturelles pour le tourisme dépend de leurs caractères et leurs

¹ ALLOUI .L ; AMI. M ; « *cours d'Aménagement touristique* », OPU, Ed.2.04.5213, 2011. P 27.

accessibilités. L'Algérie possède des ressources naturelles très importante qui peuvent lui permettent d'occuper la première place au bassin méditerranéen.

2.4.2. Les ressources artistiques, culturelles et du patrimoine historiques

Il s'agit des ressources qui motivent un déplacement à but purement touristique. Leur importance est déterminée par leur caractère plus ou moins unique qui permet à un pays de disposer de situation de monopole ou quasi-monopole. Les grandes villes algériennes regorgent de trésors historiques, culturels mais aussi de tradition. C'est le cas des villes d'Alger, d'Oran, de Constantine mais aussi de Tlemcen, Djamila, Timgad, Tipaza ou encore de Tamanrasset. Ces lieux sont l'occasion de découvrir les différentes cultures et traditions algériennes, mais aussi son patrimoine historique et ses monuments ainsi que son artisanat encore très présent.

L'Algérie est un pays qui est connue pour sa variété de culture et des civilisations qui ont existées dans la région à l'instar de la civilisation phénicienne, romaine, vandale, byzantine, arabe, espagnole, ottomane et française. Partout à travers tout le pays, des témoignages attestent de l'extraordinaire richesse de son patrimoine historique.

2.4.3. Manque de ressources en infrastructures touristiques

Un pays qui possède de ressources naturelles, culturelles et du patrimoine historique très important, mais qui est pauvre en infrastructures touristiques trouvera d'importantes difficultés pour développer suffisamment son secteur touristique car l'Algérie ne dispose pas des équipements nécessaires (*transport, hébergement, l'aménagement des lieux de séjour et des sites*) pour dynamiser le secteur. En effet, il s'agit d'un des principaux facteurs de la production touristique en raison de leur importance et qui nécessite des investissements lourds et qui suppose la disponibilité des capitaux importants.

Section 3 : Présentation des dispositifs du développement (touristique) local en Algérie

L'Etat algérienne a mis en disposition un ensemble de moyen pour la subvention et l'encouragement du secteur touristique à travers les dispositifs d'aides, de financement des nouveaux projets touristiques.

3.1. Les dispositifs locaux d'aide à la création de nouvelles entreprises

Dès l'adoption de l'Algérie de la politique des grandes réformes, au début des années 90 dans le cadre du passage de l'économie planifiée à l'économie de marché, l'Etat a également opté pour une politique d'encouragement de l'initiation privée et d'aide à la création de nouvelles entreprise de petite taille, au niveau local, afin de résorber le chômage des jeunes qui avait atteint une moyenne de 30% durant cette périodes. Les principaux dispositifs mis en place sont de nombre de quatre et ils seront présentés dans ce qui suivra. ¹

3.1.1. La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC)

Créée par le décret exécutif numéro N° 94-188 du 6 juillet 1994 portant sur le statut de la Caisse National d'Assurance Chômage. Elle prend en charge le dispositif de soutien à la création et l'extension d'activités réservé aux chômeurs promoteurs de 30- 50ans, ayant perdu leur emploi.

Le coût maximum de l'aide a été revu à la hausse en 2010, il est désormais fixé à 10 millions de dinars. Les services assurés aux promoteurs par le dispositif intègre, à la fois, l'accompagnement personnalisé durant toutes les phases du projet et l'élaboration de Business Plan.

▪ Les Aides financières du présent dispositif sont comme suit

- Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du cout global du projet ;
- Assistance à l'obtention du financement bancaire(70% du cout global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection et de

¹www.mdipi.gov.dz/consulté le 20/08/2019 à 18h00.

validation et de financement des projets, et la garantie des crédits par le fond de caution mutuelle risque /crédits d'investissement pour les chômeurs promoteurs 30-50 ans.

Les investissements à réaliser dans ce cadre reposent exclusivement sur un mode de financement de type triangulaire, qui met en relation le promoteur, la banque et la CNAC à travers le montage suivant :

- Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet ;
- Financement CNAC : 28 à 29% du coût global du projet (*non rémunéré*) ;
- Financement bancaire : 70% (*intérêt bonifiés*).

Les avantages fiscaux qui accompagnent l'étape de financement sont l'exonération de TVA et l'abattement sur les droits de douane en phase de réalisation (*exonération d'impôts en phases d'exploitation*).

La caisse assure également un coaching et une formation de gestion d'entreprise pendant le montage du projet et après la création de l'entreprise. Dans ce cadre la CNAC effectue la validation des Acquis Professionnels (V.A.P) dans le cas de manque de qualification. Cette mesure est mise en œuvre dans le cadre d'un partenariat avec le Ministère de la Formation et de l'Enseignement Professionnel, elle vise à évaluer l'expérience professionnelle des futurs promoteurs en situation d'absence de justificatif de qualification (*certificat de qualification, diplôme ou certificat de travail*). Cette opération est prise en charge financièrement par la CNAC.

3.1.2. L'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ)

Créée le décret exécutif numéro N° 96-296 du 8 septembre 1996 portant création et fixant les statuts de l'agence nationale de soutiens à l'emploi de jeunes. Elle est chargée de l'encouragement, du soutien et de l'accompagnement à la création d'entreprise. Le dispositif ANSEJ est réservé aux jeunes chômeurs (*19-35ANS*), il est porteurs d'idée de projet de création d'entreprise.

Le processus d'accompagnement assuré par ce dispositif couvre les étapes de création de lancement et d'extension de l'entreprise. Il concerne des projets de création dont le coût global ne dépassant pas 10millions de dinars. Il est construit principalement autour des mesures d'aide à l'assistance et à l'encadrement personnalisées du jeune promoteur en matière de maturation du projet et d'élaboration du Business Plan.

▪ Les Aides financières du présent dispositif sont comme suit :

- Prêt non rémunéré représentant 28 à 29% du cout global du projet ;
- Bonification des intérêts bancaires ;
- Assistance à l'obtention du financement bancaire (70% du coût global du projet) à travers une procédure simplifiée par la mise en place du comité de sélection et de validation et de financement des projets (CSVFP) , ainsi que la garantie des crédits assurée par le fonds de caution mutuelle Risques/crédits jeunes.

Le dispositif propose deux formules de financement :

- **Mixte** : apport personnel financement ANSEJ ;
- **Triangulaire** : apport personnel financement ANSEJ financement bancaire selon la formule suivante :
 - Apport personnel : 1 à 2% du coût global du projet ;
 - ANJSEJ : 28 à 29% du goût global du projet, prêt non rémunéré (PNR) ;
 - Banque : 70% du coût global du projet.

Les avantages fiscaux sont l'exonération de TVA et abattement sur les droits de douane en phase de réalisation, et exonération d'impôts en phase d'exploitation.

3.1.3. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit(ANGEM)

Créée par le décret exécutif numéro N°04-14 du 22 janvier 2004 portant création et fixant le statut de l'agence nationale de gestion du micro crédit. Ce dispositif vise le développement des capacités individuelles des personnes pour se prendre en charge par eux même en créant leur propre activité. Le Micro Crédit est un prêt permettant l'achat d'un petit équipement et des matières premières de démarrage pour exercer une activité ou un métier.

Ce dispositif est destiné à tout citoyen ayant un âge supérieur à 18 ans, sans revenus ou disposant de revenus instable et irréguliers ainsi que les femmes au foyer. Ce dispositif à un objectif social qui prime sur l'aspect économique en effet il permet l'intégration socio-économique des femmes au foyer et d'autres personnes à travers la création d'activités de production de biens et services.

Le crédit « *achat de matière première* » est assuré par ce dispositif qui prévoit un financement à 100% (*aucun apport du postulant au micro crédit*) du montant d'achat de la

matière première à travers un prêt non rémunéré (PNR), pour un coût global ne dépassent pas 100 000DA.

Le crédit « *acquisition de petits matériels et équipements* » est également assuré pour un coût maximum de l'investissement d'un million de dinars.

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

- **Apport personnel** : 1% du coût global du projet ;
- **ANGEM** : 29% du coût global à travers prêt rémunéré ;
- **Banque** : 70% du coût global (intérêt bonifiés) ;

L'agence est représentée par un réseau de 49 coordinations de Wilaya appuyées par des cellules d'accompagnement mises en place pour accueillir, informer et aider les candidats au micro crédit à concrétiser leur projet.

3.1.4. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)

Créée par l'ordonnance N°01-03¹ du 20 Aout 2001 portant Agence National de Développement de l'Investissement, c'est une institution gouvernementale qui a pour mission la facilitation, la promotion et l'accompagnement de l'investissement et de la création d'entreprise à travers des régimes d'incitation qui s'articulent essentiellement autour de mesures d'exonérations et de réductions fiscales. Deux régimes d'avantages sont prévus : le régime général s'appliquant aux investissements coutants réalisés en dehors des zones à développer et le régime dérogatoire s'appliquant aux investissements courants réalisés dans les zones à développer et à ceux présentant un intérêt particulier pour l'Etat.

Les caractéristiques et objectifs du présent dispositif seront présentés dans la section deux du chapitre trois, plus bas.²

3.2. Les dispositifs de financement bancaire aux nouvelles entreprises

L'insuffisance de fond propre des jeunes qui veulent créer ou développer leur projet d'investissement est une problématique récurrente et très répondue en Algérie. Pour cela

¹JORADP n° 01-03 paru le 20 Aout 2001 portant Agence National de Développement de l'Investissement.

² Voir page 48.

l'Etat a mis à leur disposition des dispositifs de garantie des crédits bancaires d'investissement pour pallier à cette difficulté¹. On distingue sept modes de financement et de garantie des investissements.

3.2.1. Les sociétés de capital d'investissement

Le capital investissement est une technique de financement par des projets de participation minoritaire dans le capital d'une société. Il prend plusieurs formes dont :

- Le capital risque pour financer la création d'entreprise ;
- Le capital développement destiné au financement du développement de l'entreprise.

L'investissement de la société de capital investissement permet de renforcer les fonds propres de la société financé, et par la même améliorer les capacités d'endettement auprès des banques.

L'autre avantage du capital investissement pour un jeune promoteur est celui d'être associé à un partenaire financier apportant également une expertise et des compétences managériales.

L'intervention de la société de capital investissement se fait « *sans prise de garanties réelles ou personnelles* », et de ce fait « *elle partage les pertes et les profits à concurrence de sa participation* ».

La réglementation en Algérie, fixe à la société de capital investissement un taux maximal de participation de 49% au capital de la société et une durée de participation qui varie entre 5 et 7ans.

Six sociétés de capital-risque sont opérationnelle ou en cours de constitution. Ce sont toutes des filiales des banques publiques « *BADR, BEA, BNA, BDL, CPA, BAD* ».

La procédure que les porteurs de projets doivent suivre pour bénéficier d'un financement est la même qu'il s'agisse de création d'une entreprise, d'une extension d'activité ou de rachat d'une société. Les promoteurs peuvent faire appel à une de ces sociétés d'investissement pour une prise de participation dans le capital de l'entreprise à créer.

¹www.mdipi.gov.dz/ à 9h30 le 29/08/2019.

Ils peuvent trouver les orientations et informatives précises dans ce sens au niveau des agences des banques publiques de leurs lieux de résidence.

3.2.2. La caisse de garantie du crédit d'investissement

C'est une institution publique mise en place pour soutenir la création et le développement de la PME en lui facilitant l'accès au crédit. La CGCI-PME a pour vocation de couvrir les risques attachés aux crédits d'investissement consentis aux PME. Elle couvre les risques d'insolvabilité, encourus par les banques, sur les crédits consentis aux PME et complète les autres dispositifs d'aide au financement bancaire de la PME constitués par le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR) et le fonds de caution mutuelle. La limite de la garantie est plafonnée à 250 Millions de DA pour un montant maximum du crédit de 350 millions de DA. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par la CGCI. La garantie définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la Banque.

3.2.3. Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)

C'est une institution publique, conçue pour faciliter l'accès de PME aux financements bancaires lors du lancement de projets de création ou d'extension d'activité, en accordant des garanties de crédits aux banques, à l'effet de compléter le montage financier des projets.

La garantie FGAR vient en complément des garanties réelles exigées par la banque auprès de ses clients pour la mobilisation des crédits octroyés. Elle comble l'insuffisance des garanties immobilières et nantissement des équipements et dans certains cas les remplacent.

Il est destiné aux investissements hors dispositifs (*ANGEM, ANSEJ, CNAC*) de création et d'extension d'activité de PME telle que définie par la loi d'orientation du 12 décembre 2001. Le montant minimal de la garantie par projet est de 5 millions de DA et le montant maximal est de 50 millions de DA. Le montant de 50 millions de DA désigne la garantie accordée et non le coût de projet. La garantie n'est offerte qu'après analyse du projet par le FGAR. La définitive ne peut être octroyée qu'après la notification de l'accord de financement au promoteur par la banque.

3.2.4. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque/crédit des investissements des chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans

Le fonds a été créé pour conforter d'avantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs CNAC.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1^{er} rang et ou profit de CNAC au 2^{ème} rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

Le montant de la cotisation au fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé (0,35%) du montant accordé.

3.2.5. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque/crédit jeunes promoteurs

Le fonds a été créé pour conforter d'avantage les banques dans la prise des risques inhérents au financement des entreprises créées dans le cadre des dispositifs ANSEJ.

La garantie du fonds complète celles déjà prévues par le dispositif, à savoir :

- Le nantissement des équipements et/ou le gage du matériel roulant au profit des banques au 1^{er} rang et ou profit de ANSEJ au 2^{ème} rang ;
- L'assurance multirisque subrogée au profit de la banque.

Le montant de la cotisation au fonds est calculé sur la base du crédit bancaire accordé (0,35%) du montant accordé.

3.2.6. Le fonds de garantie mutuelle des micros crédits

Le fonds a pour objet de garantir les microcrédits accordés par les banques et établissements financiers adhérents au fonds, aux bénéficiaires ayant la notification des aides de l'agence nationale de gestion du microcrédit, l'ANGEM.

3.2.7. Les banques et les établissements financière

Le paysage bancaire algérien compte en 2015 vingt-sept banques et établissements financiers ayant tous leur siège à Alger. Il y’a 20 banque, dont 6 publiques et 14 privées, et 7 établissements financiers. L’implication des banques dans le financement des investissements a évolué de manière significative, elles assument aujourd’hui des activités de type universel.

Tableau n°1 : Les banques qui financent les investissements

Les banques publiques	Les banques privées
<ul style="list-style-type: none"> -Banque Nationale d’Algérie (BNA) -Banque Extérieure d’Algérie (BEA) -Crédit Populaire d’Algérie (CPA) -Banque de l’Agriculture et du Développement Rural (BADR) -Banque du Développement Local (BDL) -Caisse Nationale de l’Epargne et de Prévoyance (CNEP) 	<ul style="list-style-type: none"> -Al Baraka Algeria -Arab banking corporation-Algeria (ABC-Algeria) -Société générale Algérie -Arab Bank PLC-Algeria “succursale de banque” (Arab Bank PLC) -BNP Paribas Al Djazair -Gulf Bank Algeria -Trust Bank Algeria -The housing Bank for Trade and Finance-Algeria -Fransabank El-Djazair SPA -Calyon Algérie -HSBC Algérie (Succursale) -Al Salam Bank-Algeria

Source : Mémoire de master portant « la création de projet touristique dans le cadre de l’Agence Nationale de Développement de l’Investissement, Guichet Unique Décentralisé de Tizi-Ouzou », 2017/2018.

Les établissements financiers qui assurent et aident au financement des investissements en Algérie sont les suivants :

- La société financière de refinancement hypothécaire (SRH) ;
- La société financière d'investissement, de participation et de placement (*Sofinance SPA*) ;
- Arab Leasing Corporation (*ALC*) ;
- Maghreb Leasing Algérie (*MLA Leasing*);
- Cetelem Algérie;
- La Caisse Nationale de Mutualité Agricole « *Etablissement financier* » (CNMA) ;
- La Société Nationale de Leasing SPA (SNL).

Conclusion

Durant les années 80 l'Etat algérien commençait à donner de l'importance au secteur touristique, ce dernier était orienté vers une politique d'équilibre régional et de décentralisation qui possède une nouvelle politique d'aménagement touristique pour améliorer le secteur de tourisme au niveau local et national. La politique de développement touristique de l'Algérie suit le plan de l'horizon 2030 qui possède des estimations et des règles pour l'amélioration des infrastructures touristiques et l'encouragement des investisseurs à investir dans le secteur de tourisme pour une Algérie touristique.

La création des nouvelles entreprises dans le domaine touristique se fait dans le cadre des dispositifs d'aide à la création et au financement de projets au niveau local dans tous les secteurs de l'activité économique. Cette politique possède un objectif global qui est le développement local et territorial intégré.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Chapitre III : évaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

L'Algérie est composée de 58 wilayas¹, et chaque wilaya à des potentialités naturelles, financières, humaines considérables, et dans notre cas nous allons étudier les ressources et les potentialités de la wilaya de Tizi-Ouzou en matière de tourisme local.

Tizi-Ouzou est une ville qui présente un paysage naturel éblouissant, qui nous interpelle beauté sauvage et brut. Elle offre une alternation entre un tourisme balnéaire, de montagnes, artisanales et culturelles durant des saisons diversifiées par un climat doux et généreux.

Dans ce présent chapitre, nous allons tenter d'border et d'analyser l'ensemble des richesses et des potentialités de cette wilaya. Comme, nous allons aussi faire une analyse descriptive des spécificités naturelles de la région avant de présenter des données collectées au sien de l'agence nationale de développement et d'investissement(ANDI) de la wilaya de Tizi-Ouzou, afin d'évaluer l'impact des projets touristiques sur le développement local de la région.

Le présent chapitre est devisé en trois parties, on premier lieu nous allons présenter la wilaya de Tizi-Ouzou avec dans une description géographique ainsi que la description du dispositif de l'ANDI. Dans la seconde section nous allons effectuer une analyse factorielle sur une base de données que nous avons conçue à partir des données disponibles au sien de l'ANDI. Enfin en troisième section nous allons définir les perspectives d'avenir pour l'amélioration des sites touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou.

¹www.elwatan.com/actualite « conseil des ministres: création de 10 nouvelles wilayas dans le sud et 44 wilayas déléguées dans les hauts-plateaux ».

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Section 1 : Présentation générale de la wilaya de Tizi-Ouzou et du dispositif de l'ANDI

La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya côtière, elle se situe dans la partie nord de l'Algérie. Le chef –lieu de la wilaya (*la ville de Tizi-Ouzou*) se trouve à une centaine de kilomètres à l'Est d'Alger, la capital. Cette région est un vaste bastion constitué d'une succession de chaine de Montagne toute d'orientation généralEst Ouest et qui emprisonnent des plaines alluviales étroites. Elle est comprise entre les coordonnées angulaires suivantes :

- 36° 28' latitude Nord ;
- 36°55' latitude Nord Est ;
- 03°45' longitude Est ;
- 04°31' longitude Est.

Les limites naturelles de la wilaya de Tizi-Ouzou se présentent comme suit :

- Au nord : la mer méditerranée ;
- Au sud : la chaine cristalline du Djurdjura ;
- A l'est : le massif de l'Akfadou ;
- A l'ouest : des collines et des vallées.

Pour ce qui est des limites administratives, la wilaya de Tizi-Ouzou est délimitée par :

- Au nord la mer méditerranée ;
- A l'est par la wilaya de Bejaia ;
- A l'ouest par la wilaya de Boumerdes ;
- Au sud par la wilaya de Bouira.

Administrativement, elle est divisée en 67 Communes et 21 Dairates. La wilaya de Tizi-Ouzou comte une population d'environ 141 259 habitants.¹

¹ Selon l'estimation de l'année 2016.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

1.1. Découpage administratif de la wilaya

1.1.1. Relief et morphologie

Le relief de la wilaya de Tizi-Ouzou est marqué par la succession et la juxtaposition de différents ensembles topographiques, du Nord au Sud, disposés de la manière suivante :

- La chaîne côtière ;
- La vallée de l'oued Sebaou ;
- Le massif de grand Kabylie ;
- La zone collinaire de Tizi-Ghenif ;
- La dépression de Draa El Mizan ;
- La chaîne de Djurdjura.

1.1.2. Hydrographie

Comme tous les oueds d'Algérie du nord, ceux de Tizi-Ouzou sont à régime irrégulier. Durant la saison pluvieuse, ils sont souvent en crue, et débordent sur le lit majeur, alors que durant la saison sèche, ils se réduisent dans leur majorité à de minces filets d'eau.

L'hydrologie de la région est dominée par l'Oued Sebaou qui recueille à travers ses affluents l'essentiel des eaux en provenance de Djurdjura. C'est le collecteur principale de la Wilaya le massif central de Djurdjura et même la chaîne côtière sont littéralement entaillés par de nombreux oueds, parmi lesquelles nous citons principalement Assif n Boubhir, oued djemaa ,Oued Bougdoura ,Assife Ou Serdhon Assif El Hemmam, Oued Aissi, Oued Ksari et Oued Rabta, ainsi que de nombreux oueds de moindre importance.

Vu l'importance de relief, l'altitude élevée ainsi que la position de la wilaya qui se trouve dans la partie centre est de l'Algérie de nord, font que la pluviométrie est importante ce qui fait de la wilaya de Tizi-Ouzou un réservoir d'eau appréciable.

Le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou chevauche sur deux bassins versants qui sont :

- Bassin versant côtier algérois ;
- Bassin versant Isser.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Ce dernier n'occupe qu'une petite superficie, le premier cité est largement dominant la partie de bassin versant côtier algérois qui touche la wilaya de Tizi-Ouzou, se subdivise en huit sous bassins versants qui sont :

- Côtier Tigzirt ;
- Côtier Cap Sigli ;
- Oued Sebaou Amont ;
- Oued SebaouRebta ;
- SebaouSebt ;
- Sebaou Maritime ;
- Oued Aissi ;
- Oued Bougdoura.

Pour ce qui est du bassin versant de l'Isser, il occupe qu'une infime partie du territoire de la wilaya, il est représenté par le sous-bassin versant d'Isser maritime.

1.1.3. Le climat

Le régime climatique est dominé par plusieurs traits importants. Comme toute l'Afrique du nord et l'Europe du sud, il est gouverné par l'affrontement des masses d'airs polaires et tropicales, mais la mer méditerranéenne vient adoucir ce climat ainsi que l'altitude moyenne relativement élevée qui exerce aussi son influence.

D'octobre à avril, la saison est froide et pluvieuse. L'altitude fait même qu'il neige en hiver sur le massif de Djurdjura. En moyenne, la Kabylie reçoit entre 600 et 1000 mm de pluie par an, ce qui est une appréciable quantité de pluviométrie pour le renouvellement des nappes et des capacités de réserve d'eau pour la région. Cette eau est caractérisée par une forte composition de massif calcaires, elle est bien retenue par le sol mais à partir du mois de mai, commence la saison sèche dont les températures atmosphériques peuvent dépassées les 40°C. Ce climat est cependant un peu adouci par la proximité de la mer et des orages bienfaiteurs sont fréquents.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

1.1.4. Les ressources en eau

Les ressources en eau de surface de la wilaya de Tizi-Ouzou relèvent principalement des écoulements des oueds Sebaou et Bougdoura, qui drainent l'essentiel du territoire de la wilaya, ainsi que d'une multitude de petits oueds côtiers.

La wilaya recèle d'un potentiel important en eaux de surface, dont une infime partie qui est seulement mobilisée.

Les principales ressources en eau de surface mobilisées se présentent comme suit :

- a) **Les barrages** : Le volume des eaux superficielles de la wilaya est évalué à un milliard de m³, dont seulement environ 192 millions de m³ sont déjà mobilisés, grâce aux barrages de Taksebt, Draa El Mizan, Zaouia et Tizi-Ghenif.
- b) **Les retenues collinaires** : la wilaya de Tizi-Ouzou compte 83 retenues collinaires réalisées en majorité durant les années 80, dans le cadre d'un programme de petite et moyenne hydraulique, totalisent ainsi une capacité de 5,59 hm³.
- c) **Les ressources en eau souterraines** : les ressources en eau souterraines à travers la wilaya de Tizi-Ouzou se concentrent essentiellement dans la nappe alluviale de l'oued Sebaou, alimentée par l'infiltration directe à partir des eaux de pluies dont la moyenne est de l'ordre de 1000 mm/an et des crues de l'oued Sebaou et de ses affluents.
- d) **Les forages et les puits** : l'inventaire des forages existant à travers la wilaya de Tizi-Ouzou fait état de 435 forages, dont 209 réellement exploités. Le volume mobilisé par les forages et les puits de la wilaya est de 27 hm³, destiné à (l'AEP, l'AEI)¹ ainsi qu'à l'irrigation.
- e) **Les sources** : la wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'un nombre important de sources, situées en majeure partie sur le flanc nord de Djurdjura, généralement utilisés pour l'alimentation en eau potable des populations montagnardes isolées. On dénombre pour l'ensemble de la

¹ L'AEP (*adduction d'Eau Potable*) : regroupe les techniques permettant d'amener l'eau depuis sa source à travers un réseau de conduites ou d'ouvrages architecturaux vers les lieux de consommation. L'AEI (*Agriculture écologiquement intensive*) : est un mode de production agricole basé sur l'utilisation durable des services éco systémiques dans les agro écosystèmes.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

wilaya, 203 sources dont 121 sources importantes d'un débit total estimé à 701,7 L/S, soit plus de 22 millions de m³ par an.

1.2. Secteur du Tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou

De par la variété de ses Richesses naturelles, la wilaya de Tizi-Ouzou est potentiellement considérée comme l'une des régions les plus touristiques du pays. Elle renferme un éventail naturel alternant entre un tourisme balnéaire (*région côtière*) et intérieur (*Région de montagne*) auquel il faut ajouter une richesse archéologique ainsi qu'un savoir-faire artisanal spécifique à la région de Kabylie.

1.2.1. Le tourisme balnéaire (région côtière)

Le tourisme balnéaire concerne la façade littorale qui s'étend sur 85 Kilomètres de côte englobant d'Ouest en Est les communes de Mizrana, Tizirt, Iflissen, Azeffoun et Ait-Chaffaa. Elles offrent des paysages naturels d'une importante valeur touristique qui se matérialisent à travers un bon nombre de plages sableuses et rocheuses, notamment :

- **A Tizirt** : les plages de (*Tassalast, Feraoun, Sidi-Khaled, Abechar, Zeguezou et Djemaa Nerbert*) ;
- **A Azeffoun** : les plages de (*Tazargarth, ThaghzaLavhar, Caroubier, plage du centre-ville, ...etc*) ;
- **A Ait-Chaffaa** : les plages de (*Sidi-Khelifa, Bateau Cassé, Petit Paradis...etc*).

Sur cette région côtière, il y a lieu de souligner que plusieurs sites de zones d'expansion touristique ont été retenues et dont les plus prioritaires demeurent celles d'Azeffoun et de Tizirt.

1.2.2. Le tourisme climatique (région de montagne)

Le massif du Djurdjura synonyme du massif Kabyle constitue un immense gisement de pôles touristiques intégrant une infinie variété de produits.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Tala Guilef, LallaKhedidja, le lac d'AGOULMINE, le Gouffre de BOUSSOUIL (1259 mètres d'altitude) les grottes du Macchabée, le Pic d'Azrou N'Thour, les cols de Tirourda (1700 Mètres d'altitude) et de Tizi-N'Kouilal (1600 mètres d'altitude) sont parmi les sites les plus connus du Parc National du Djurdjura, favorables à la pratique du tourisme de montagne (*sports d'hiver, randonnées pédestres, alpinisme et la spéléologie*).

Les forêts de Yakouren et de Mizrana sont également propices pour les randonnées sportives, les séjours écologiques et culturels. La faune endémique de la région est assez riche et giboyeuse¹ en particulier (*Sangliers, lièvres, Perdrix, étourneaux, grives et divers oiseaux de proie*). L'attraction principale reste sans doute le singe magot (*Macacus Sylvana*) très prolifique dans les forêts de Yakouren et dans le massif du Djurdjura.

1.2.3. Le patrimoine archéologique et artisanal

La wilaya dispose d'un riche patrimoine archéologique dont une grande partie se trouve dans la zone côtière de Tigzirt et Azeffoun. Tigzirt a servi de site pour la construction d'une ville romaine. Parmi les restes du passage des romains on peut citer le Temple du Génie qui date du IIIème siècle et la Basilique Chrétienne. L'agglomération d'Azeffoun (*l'antique Rusazus*) également recèle des vestiges de l'époque romaine tels que les restes de muraille, conduite d'eau et d'importants thermes.²

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 :

- La bijouterie dans la région de Beni-Yenni ;
- La poterie dans les régions d'Ait-Kheir, Maatkas, Bounouh et Ouadhias ;
- La tapisserie à Ait-Hichem (*Ain-El Hammam*) ;
- L'ébénisterie, le tissage, la vannerie, la broderie dans plusieurs localités de la wilaya.

¹ Giboyeuse : se dit d'un endroit où le gibier se retrouve en quantité, d'un lieu où les chasseurs sont certains de trouver des bêtes.

² Wilaya de Tizi-Ouzou, Revu de l'ANDI, 2015, p.p 24-26.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

1.3. La promotion du tourisme local à travers l'Agence National de Développement de l'Investissement (ANDI)

L'ANDI est un dispositif créé par l'Etat pour solliciter les investisseurs de création des nouveaux projets touristiques, économiques et commerciaux...

Ce dispositif fait référence au développement de secteur de tourisme dans l'Algérie en générale et dans notre wilaya en particulier.

1.3.1. Présentation de l'ANDI

1.3.1.1. Définition de l'ANDI

ANDI créée dans le cadre des réformes de la 1^{ère} génération engagées en Algérie durant les années 1990, chargée de l'investissement a connu des évolutions visant des adaptations aux mutations de la situation économique et sociale du pays.

Initialement APSI, agence de promotion de soutien et de suivi de l'investissement qui a été créée en 1993, elle a fonctionné jusqu'à son remplacement par l'ANDI créée en 2001 par l'ordonnance n 01-03¹ du 20 Aout 2001 portant Agence National de Développement de l'Investissement. Cette institution gouvernementale s'est vue confier la mission de facilitation, de promotion et d'accompagnement de l'investissement.

1.3.1.2. Le passage de l'APSI vers ANDI

Le passage de l'APSI à L'ANDI s'est traduit par des modifications des cadres institutionnels et réglementaires :

- Création du conseil national de l'investissement, organe présidé par le premier ministre, chargé des stratégies et des priorités pour le développement ;
- Création de structures régionales de l'agence qui contribuent en concentration avec les acteurs locaux au développement régional. Cette contribution consiste notamment en la

¹Www .joradp.dz . Ordonnance N° 01-03 relative au développement de l'investissement de 20 aout 2001.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

mise en place des moyens humains et matériels pour faciliter et simplifier l'acte d'investir ;

- Instauration d'une commission interministérielle de recours chargée de recevoir et de statuer sur les doléances des investisseurs ;
- Clarification des rôles des différents intervenants dans le processus d'investissement ;
- Révision du dispositif d'incitation à l'investissement ;
- Suppression du niveau d'autofinancement exigé à l'éligibilité aux avantages ;
- Allègement des dossiers de demande d'avantages.¹

1.3.1.3. Mission de l'ANDI

L'ANDI a pour mission :

- L'enregistrement des investissements ;
- La promotion des investissements en Algérie et à l'étranger ;
- La promotion des opportunités et de potentialités territoriales ;
- La facilitation de la pratique des affaires, du suivi de la constitution des sociétés et de la réalisation des projets ;
- L'assistance, l'aide et l'accompagnement des investisseurs ;
- L'information et la sensibilisation des milieux d'affaires ;
- La qualification des projets, leur évaluation et l'établissement de la convention d'investissement à soumettre à l'approbation du conseil national de l'investissement.

1.3.2. L'ANDI et la promotion de tourisme territorial

Le tourisme constitue le nouveau moteur de développement durable, de soutien à la croissance, c'est un vecteur clé de la tertiarisation de l'économie en raison du potentiel de création de richesses, d'emploi et de génération de revenus durables.

L'Algérie, par l'organisme d'ANDI, entend donner au secteur du tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts.

¹<https://www.vitamedz.com/fr/Tizi-Ouzou/Andi-agence-nationale-de-developpement-de-linvestisement/21078/1.html>. 05/O1/2020 A 11:00

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Il s'agit désormais de développer la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les circuits commerciaux du tourisme mondial grâce à l'émergence de la destination touristique « Algérie » comme une référence au plan international.

En termes d'objectifs, et au-delà des aspirations à contenu essentiellement économique, les textes en vigueur réaffirment la volonté de l'Etat de préserver l'environnement, d'améliorer le cadre de vie, de valoriser le capital naturel, culturel et de mettre en valeur le patrimoine touristique national.

S'appuyant sur la mise en valeur des régions de leurs atouts et leurs attractivités, le tourisme offre des avantages économiques par un double effet :

- En premier lieu, l'effet macroéconomique s'effectue sur l'emploi, la croissance, les équilibres externes et les investissements mais également un effet d'entraînement sur d'autres secteurs (*tels que l'agriculture, l'artisanat, la culture, les services, les transports, le développement local,...*) ainsi que des effets humains de socialisation d'échange et d'ouverture.
- En second lieu, on assiste à une émergence de prise de conscience nationale de l'enjeu du développement touristique en tant que vecteur de développement économique et social. Ce qui impose la nécessité de se doter d'un cadre stratégique de référence et d'une vision à l'horizon 2030, appuyée sur des objectifs contenus dans le Schéma d'aménagement touristique « *le SDAT* » qui est une composante du SNAT 2025, prévu par la loi n° 02-01 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement du territoire et du développement durable.¹ Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT » 2025 constitue le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie. À sa faveur l'État affichait sa vision du développement touristique national aux différents horizons à court terme et long terme (*horizon 2025*) dans le cadre du développement durable afin de faire de l'Algérie un pays récepteur.

¹ www.andi.dz 05/01 /2020 A 15:34

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

1.3.2.1. Schéma National d'Aménagement du Territoire

L'Algérie entend donner au secteur du tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts. Il s'agit désormais de développer le tourisme national, un des moteurs de développement durable et de soutien à la croissance économique.

Cet objectif s'inscrit dans le cadre d'une politique globale d'aménagement du territoire qui s'est traduite par l'adoption d'un cadre stratégique de référence et d'une vision à l'**horizon 2030**, à travers la mise en place d'un Schéma National d'Aménagement du Territoire, institué par Loi n° 01-20 du 29 juin 2010, portant approbation du SNAT.

Ce schéma vise d'assurer un équilibre de localisation de la population et des activités sur l'ensemble du pays ainsi que la mise en attractivité des territoires.

Il s'appuie en particulier sur l'organisation des espaces de programmation territoriale, sur l'émergence des pôles d'attractivité et de pôles de développement industriel ainsi que la création de villes nouvelles, à partir desquels seront mis en œuvre les mécanismes qui permettront de diffuser la croissance sur l'ensemble du territoire.

1.3.2.2. Le Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT)

Partie intégrante du schéma national d'aménagement du territoire (**SNAT 2030**), le SDAT est le cadre stratégique de référence pour la politique du tourisme de l'Algérie, dont les objectifs principaux se déclinent comme suit :

- La valorisation de la Destination Algérie ;
- La mise en place d'un Plan Qualité Tourisme (PQT) ;
- Le développement et la qualification de l'offre par l'investissement dans les pôles et villages touristiques d'excellence ;
- Le plan partenariat public-privé pour conforter la chaîne touristique ;
- La mobilisation de financement.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

1.3.2.2.1. Les filières à développer

- Hôtellerie/Restauration/Ressort ;
- Thermalisme ;
- Tourisme balnéaire ;
- Tourisme en Montagnes ;
- Tourisme saharien ;
- Développement et diversification des Produits touristiques ;
- Développement de la Qualité/Marque/Labellisation.

1.3.2.2.2. Le rôle du guichet unique décentralisé

Le rôle du guichet unique décentralisé est de faciliter et simplifier les procédures légales de constitution des sociétés et de mise en œuvre des projets d'investissement. A cet effet, les représentants des administrations et organismes qui y sont représentés, sont chargés de délivrer directement à leur niveau, les documents requis et à fournir les prestations administratives liées à la réalisation de l'investissement. Ils sont, en outre, chargés d'intervenir auprès des services centraux et locaux de leurs administrations ou organismes d'origine pour lever les difficultés éventuelles rencontrées par les investisseurs.

Et afin de garantir l'efficacité de l'action du guichet unique et en faire un véritable instrument de simplification et de facilitation en direction des investisseurs, des réaménagements ont été introduits, afin de lui permettre de s'ériger en espace incontournable pour la réalisation et le développement des projets d'investissement. Les prestations fournies par le guichet, ne se limitent plus à la simple information mais s'étendent à l'accomplissement de l'ensemble des formalités requises, grâce à la délégation effective du pouvoir d'action, de décision et de signature accordés par les administrations et organismes concernées, à leurs représentants au sein du guichet.

1.3.3. Promotion du secteur du Tourisme et développement territorial dans le cadre de l'ANDI

En Algérie, la politique en matière de développement de l'activité touristique est restée en décalage par rapport aux pays voisins de la rive sud de la méditerranée (*Maroc et*

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Tunisie) malgré les fortes potentialités naturelles et patrimoniales des différentes régions algériennes (*Littorale, Montagne, Sahara, Steppe*).

Pour encourager l'investissement dans ce secteur, l'Etat a mis en place, à travers l'ANDI, des facilités à tout promoteur voulant investir dans le secteur du tourisme, soit en créant un site, des équipements touristique ou des facilités qui sont :

- Prise en charge sur le fonds d'affectation de la contribution à la promotion touristiques des dépenses qui y génèrent en guise d'appui à la réalisation de projets d'investissement touristique ;
- En matière d'IBS¹, exonération pour une période de 10 ans pour les entreprises touristiques créées par les promoteurs nationaux ou étrangers à l'exception des agences de tourisme et de voyages ainsi que les sociétés d'économie mixte exerçant dans le secteur du tourisme ;
- En matière d'IRG², exonération pour une période de 10 ans pour les entreprises touristiques créées par les promoteurs nationaux à l'exception des agences de tourisme et de voyages ainsi que les sociétés d'économie mixte exerçant dans le secteur du tourisme ;
- Exonération permanente de la TAP³ pour les activités touristiques, hôtelières et thermales ;
- Application, jusqu'au 31-12-2019, du taux réduit de 7 % de TVA⁴ pour les prestations liées aux activités touristiques, hôtelières et thermales, de restauration touristique classée, de voyages et de location de véhicules de transport touristique ;
- Octroi d'une bonification du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires consentis dans le cadre de la réalisation de projets d'investissement et de modernisation des établissements touristiques et hôteliers.

¹ Impôt sur le bénéfice de l'entreprise

² Impôt sur le revenu global

³ Taxe sur l'activité professionnelle

⁴ Taxe sur la valeur ajoutée

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Section 2 : Evaluation du dispositif dans l'ANDI dans la wilaya de Tizi-Ouzou

Dans le cadre de notre étude nous allons procéder à l'évaluation du dispositif de l'ANDI dans notre wilaya à travers de données relatives au nombre d'entreprises prises en charge par le présent dispositif, durant trois années successives qui sont 2016, 2017 et 2018.

2.1. Evaluation du taux de réalisation des projets touristiques créés dans le cadre de l'ANDI dans la wilaya de Tizi-Ouzou

2.1.1. Présentation des données

Dans le tableau suivant, nous dressons l'ensemble des projets touristiques créés dans tout cadre confondus et qui ont bénéficiés du dispositif de l'ANDI. Les différentes entreprises qui ont bénéficié du cadre de l'ANDI dans les daïrates de la wilaya de Tizi-Ouzou durant les années 2016, 2017 et 2018 sont présentées dans le tableau suivant :

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Tableaux N°2 : Nombre de projets touristiques dans le cadre de l'ANDI

DAIRA	Années	le total de projet	les projets réalisés où en cours de réalisation	les projets annulés
AIN EL HAMMAM	2016	0	0	0
AIN EL HAMMAM	2017	0	0	0
AIN EL HAMMAM	2018	0	0	0
AZAZGA	2016	0	0	0
AZAZGA	2017	0	0	0
AZAZGA	2018	0	0	0
AZEFFOUN	2016	1	1	0
AZEFFOUN	2017	3	2	1
AZEFFOUN	2018	0	0	0
BENI DOUALA	2016	0	0	0
BENI DOUALA	2017	0	0	0
BENI DOUALA	2018	0	0	0
BENI YENNI	2016	0	0	0
BENI YENNI	2017	0	0	0
BENI YENNI	2018	0	0	0
BOGHNI	2016	0	0	0
BOGHNI	2017	0	0	0
BOGHNI	2018	0	0	0
BOUZEGUENE	2016	0	0	0
BOUZEGUENE	2017	0	0	0
BOUZEGUENE	2018	0	0	0

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

DRAA BEN KHEDDA	2016	0	0	0
DRAA BEN KHEDDA	2017	0	0	0
DRAA BEN KHEDDA	2018	0	0	0
DRAA EL MIZANE	2016	1	0	1
DRAA EL MIZANE	2017	1	1	0
DRAA EL MIZANE	2018	1	1	0
L-NATH IRATHEN	2016	2	0	2
L-NATH IRATHEN	2017	1	1	0
L-NATH IRATHEN	2018	0	0	0
IFERHOUNENE	2016	0	0	0
IFERHOUNENE	2017	0	0	0
IFERHOUNENE	2018	0	0	0
MAATKAS	2016	0	0	0
MAATKAS	2017	0	0	0
MAATKAS	2018	0	0	0
MAKOUDA	2016	0	0	0
MAKOUDA	2017	1	0	0
MAKOUDA	2018	0	0	0
MEKLA	2016	1	0	1
MEKLA	2017	1	1	0
MEKLA	2018	0	0	0
OUACIF	2016	0	0	0

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

OUACIF	2017	0	0	0
OUACIF	2018	0	0	0
OUADHIAS	2016	0	0	0
OUADHIAS	2017	0	0	0
OUADHIAS	2018	0	0	0
OUAGUENOUN	2016	0	0	0
OUAGUENOUN	2017	1	0	1
OUAGUENOUN	2018	1	1	0
TIGZIRT	2016	2	1	1
TIGZIRT	2017	4	0	4
TIGZIRT	2018	2	2	0
TIZI GHENIF	2016	0	0	0
TIZI GHENIF	2017	0	0	0
TIZI GHENIF	2018	0	0	0
TIZI RACHED	2016	0	0	0
TIZI RACHED	2017	1	1	0
TIZI RACHED	2018	1	0	1
TIZI OUZOU	2016	2	1	1
TIZI OUZOU	2017	1	1	0
TIZI OUZOU	2018	0	0	0

Sources : établis par nos soins selon les données de l'ANDI Tizi-Ouzou

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

2.1.2. Interprétation de données

On remarque que l'ANDI ne subvention pas beaucoup de projet touristique, et la plupart des projets sont annulés soit par le promoteur, soit par l'ANDI elle-même. Par exemple la Daïra de Azeffoun a proposé trois projets durant l'année 2017, deux projets sont en cours de réalisation et un projet est annulé par l'ANDI. La Daïra de Tizirt a également proposé quatre projets durant l'année 2017, mais malheureusement sont tous annulés dont deux projets annulés par la demande du promoteur et deux autre annulés par l'ANDI.

2.2. L'analyse de l'impact de l'ANDI sur l'activité touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou selon la méthode ACP

Pour évaluer l'impact que peut avoir le dispositif de l'ANDI sur l'activité touristique dans notre wilaya, nous avons opté pour une analyse en composante principales (ACP) de différentes données économiques qu'offre la wilaya de Tizi-Ouzou. Pour ce faire nous avons pris en considération quatre types de variables.

En premier lieu, nous avons retenu le nombre de projets réalisés et en cours de réalisation dans le cadre de l'ANDI. Ceci est présenté comme première variable sous le signe (NPA).

Le second paramètre pris en compte est le nombre d'hôtels en activité dont dispose chaque Daïra durant les années d'étude. Ceci est considéré comme deuxième variable.

Le troisième paramètre pris en compte est le nombre d'entreprises créées par les dispositifs du développement local ANSEJ et CNAC au même titre que l'ANDI¹. Il s'agit de la troisième variable.

En fin, nous avons pris en compte le nombre se site touristique qu'offre chaque daïra comme facteur potentiel du développement de l'activité touristique. Il s'agit de la quatrième variable².

¹ Les dispositifs d'ANSEJ, CNAC et ANDI sont considérés comme les moteurs les plus actifs de la dynamique du développement local en Algérie.

² Voir annexe N°1 qui porte : Base de données des indicateurs touristiques par daïra de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

2.2.1. Analyse de la statistique descriptive

Tableau N°3 : statistiques descriptives

Variable	Observations	Obs. avec données manquantes	Obs. sans données manquantes	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
NPA	63	0	63	0,000	7,000	0,667	1,257
NH	63	0	63	0,000	14,000	1,508	3,146
NEAC	63	0	63	2,000	141,000	26,587	24,501
NST	63	0	63	0,000	25,000	7,905	6,213

Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

Nous remarquons que le dispositif ANDI, leur aide à la création des projets touristique est maximisé de 7 projets, la daïra qui a le plus bénéficié de ce dispositif est donc la daïra de Tizirt en 2017. Le minimum est donc de 0 projet touristique pour plusieurs daïrates telles que Oucif, Ouadhia, Iferrhounen et plusieurs autres daïrates de haute montagne, cela fait une moyenne de 0,667 par daïra. Le constat qui se fait est que l'ANDI accorde des projets touristiques aux daïrates de littoral.

Les potentialités touristiques à travers le monde se mesurent également par la capacité hôtelière existante qu'offre chaque territoire. En effet la wilaya de Tizi-Ouzou dispose elle aussi d'un patrimoine hôtelier existant dès l'indépendance de l'Algérie. En effet la commune de Tizi-Ouzou dispose de nombre d'hôtel maximum soit 14 hôtels. Malheureusement, plusieurs daïrates de la wilaya ne disposent d'aucun hôtel tel que la daïra de Tizi-Rached, Ouagnoun, Maatka, Bouzeguene et plusieurs autres.¹

¹ Voir annexe N°2 qui porte : La liste des hôtels actifs par commune de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Concernant la création de projet dans l'ensemble de secteur dans le cadre de l'ANSEJ et CNAC qui peut être considéré comme un indicateur globale de développement économique global. Dans ce sillage, nous remarquons que la création des projets économiques dans le cadre d'ANSEJ et de la CNAC est relativement dynamique par rapport à l'activité touristique de la région. En effet le maximum d'entreprises créées est de 141 enregistrées dans la daïra de Tizi-Ouzou en 2016.

Le minimum d'entreprises créées dans ces dispositifs est de 2 enregistrées dans la daïra de Beni-Yani en 2017. La moyenne d'entreprises créées est de 26,5 par daïra durant les trois années d'étude.

Le véritable potentiel touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou est déterminé par le nombre de site susceptible d'être transformé en véritable lieu d'activité économique qui tournera sur une attraction touristique local à travers leurs déférents emplacements à travers le territoire de la wilaya. Le maximum de site touristique selon la direction de tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou se trouve dans la daïra d'Azeffoun qu'est de 25 sites, ce qu'est énorme potentiel pour la daïra. La daïra de Maatka et de Tizi-Ouzou ne recensent aucun site classé selon les organismes spécialisés de notre wilaya.¹

2.2.2. Analyse de la corrélation entre les variables

Tableau N°4 : Matrice de corrélation de Pearson (n)

Variables	NPA	NH	NEAC	NST
NPA	1	0,512	0,091	0,107
NH	0,512	1	0,454	0,058
NEAC	0,091	0,454	1	-0,136
NST	0,107	0,058	-0,136	1

Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

¹ Voir annexe N° 3 qui porte : La liste des sites touristiques par commune de la wilaya de Tizi-Ouzou.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Les valeurs en gras sont différentes de 0 à un niveau de signification $\alpha=0,05$ ¹.

La diagonal de cette matrice est de **1**, ce qui signifie que la relation d'une variable avec elle-même est parfaite. Selon le tableau précédent il existe deux corrélations significativement fortes, nous remarquons qu'il existe une relation forte et positive entre les projets touristiques créés par l'ANDI et le nombre d'hôtels existant en activité, la valeur de corrélation est de **$r=0,512$** . C'est-à-dire que l'ANDI accorde des projets touristiques dans les zones où l'activité est déjà existante à travers l'implantation antérieure des hôtels touristiques. La deuxième corrélation prendre en compte est celle des dispositifs d'ANJES et de CNAC avec les hôtels en activité, la valeur de la corrélation est de **$r=0,454$** . Cela signifie également que la concentration de création de projets d'entreprise économique se fait dans les endroits où il existe des hôtels en activité.

Le nombre de site touristique n'est pas pris en considération dans la création des projets touristique en particulier et d'entreprise en générale, dans notre wilaya. La preuve est dans la valeur de la corrélation entre les projets de l'ANDI et le nombre de site touristique qui est très faible (**$r=0,1$**), ainsi que la corrélation entre les projets CNAC et ANSEJ qui est de **$r=-0,1$** . Ceci est une preuve tangible que la politique de création de nouveaux projets économiques y compris touristiques ne tient pas en compte les véritables potentialités économiques de la région.

2.2.3. Analyse en composantes principales

Tableau N°5 : Valeurs propres

	F1	F2	F3	F4
Valeur propre	1,733	1,135	0,777	0,355
Variabilité (%)	43,316	28,377	19,428	8,879
% cumulé	43,316	71,692	91,121	100,000

Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

¹ Voir annexe N°4 qui porte : Analyse en Composantes Principales (ACP), XLSTAT 2010.2.01.

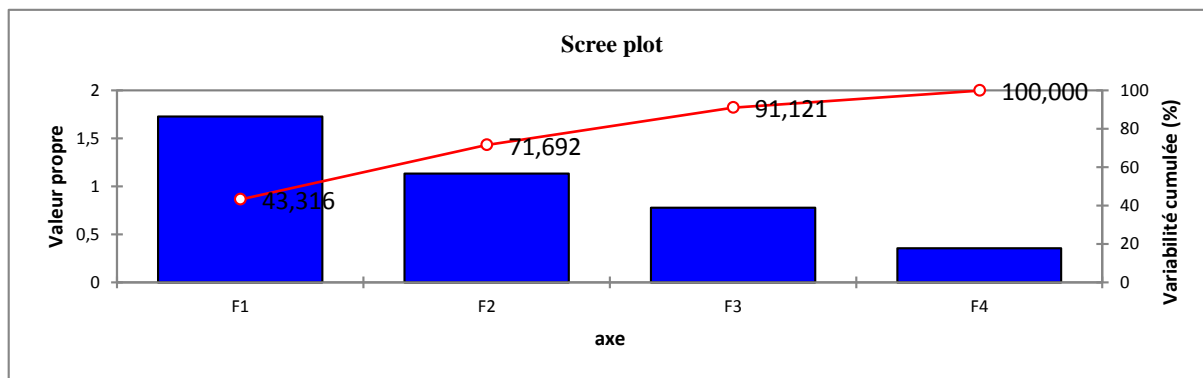
Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

La valeur propre nous permet d'évaluer la qualité de notre étude, en effet, dans le cadre d'une analyse multi-variée, la valeur propre de qualité doit être supérieure ou égale à 1. Elle nous informe sur la quantité de l'information retenue dans l'étude avec le total de l'information retenue qui s'appelle inertie totale.¹

Les valeurs propres de notre étude nous confirment la bonne qualité de l'information retenue par l'analyse en composante principale. Dans notre cas le premier facteur retient à lui seul plus de 43% de l'inertie avec une valeur propre de 1,73 avec la majorité de l'information, suivit en deuxième position par le second facteur dont l'inertie est plus de 28% avec une valeur propre de 1,13. Le total de l'inertie est de 71,69%.

La variabilité cumulée des quatre facteurs correspond à la totalité (100%) de l'information sur la dispersion des projets touristiques sur le territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou. Le graphique qui suit est la représentation géométrique du tableau précédent des valeurs propres.

Graphique N°1 : Diagramme des valeurs propres des variables



Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

2.2.4. Analyse de la corrélation des variables avec les facteurs

Comme cela a été déjà mentionné, deux facteurs ont été retenus et il serait important de vérifier les variables qui ont le plus contribué à la formation des facteurs.

Nous remarquons que trois variables ont fortement contribué à la formation du premier facteur, en effet la variable « *Nombre d'Hôtel* » est celle qui a le plus contribué dans ce sens

¹Régis Bourbonnais ; « *Econométrie, cours et exercices corrigés* » ; édition DUNOD ; Paris2015, P67.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

avec une corrélation très élevée et qui est de 0,90. La seconde variable qui a contribué à la formation du premier facteur est « *Nombre de Projets créés par ANDI* » avec une corrélation de 0,71. En fin la dernière variable qui a contribué à la formation du présent facteur est « *Nombre d'Entreprises créées par ANSEJ et CNAC* » dont la corrélation est de 0,63.

Nous remarquons également que la variable « *Nombre Site Touristique* » a exclusivement contribué à la formation du deuxième facteur, en effet la corrélation entre la présente variable et le second facteur est de 0,84. Les autres variables n'ont pas contribué à la formation de F₂, les corrélations entre ces variables et le F₂ sont nulles.

Le tableau suivant nous fait la récapitulation des corrélations des variables avec les facteurs ainsi que les pourcentages de contribution.

Tableau N°6 : Corrélations entre les variables et les facteurs

	Corrélations entre les variables et les facteurs :		Contributions des variables (%) :		
	F1	F2		F1	F2
NPA	0,717	0,380	NPA	29,674	12,711
NH	0,900	0,018	NH	46,782	0,027
NEAC	0,636	-0,531	NEAC	23,348	24,798
NST	0,058	0,842	NST	0,197	62,463

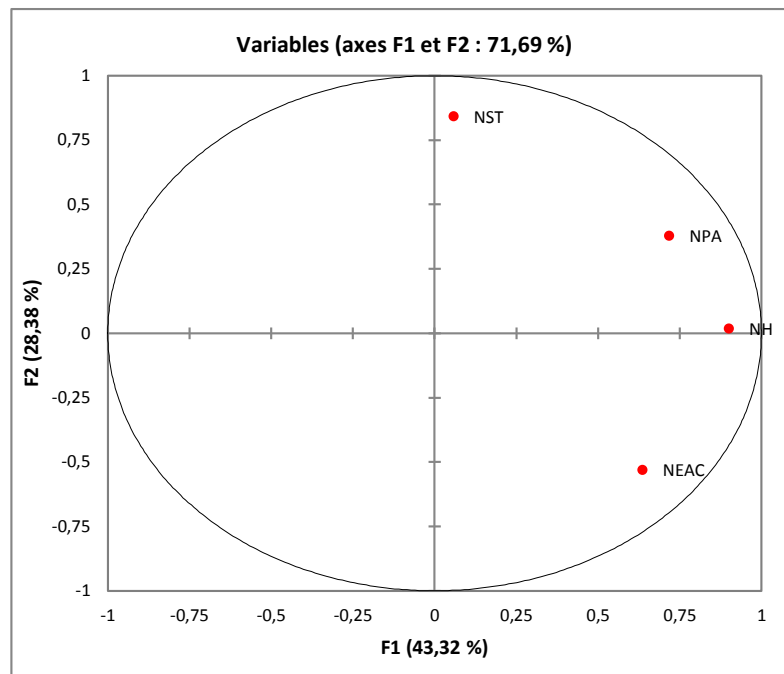
Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

Le graphique suivant nous informe sur la représentation des quatre variables sur les axes F₁ et F₂ et nous remarquons bien clairement que la variable « *Nombre d'Hôtel* » est très

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

proche de l'axe des abscisses ainsi que les variables « *Nombre de Projets créés par ANDI* » et « *Nombre d'Entreprises créées par ANSEJ et CNAC* ». A l'inverse la variable « *Nombre Site Touristique* » est la seule variable qui est proche de l'axe des ordonnées.

Graphique N°2 : Représentation des variables sur les axes (F₁, F₂)



Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

2.2.5. Analyse de la dispersion de la population sur les axes (F₁, F₂)

Dans ce qui suit, nous allons présenter la dispersion des individus sur le plan désigné par les axes (F₁, F₂). Les coordonnées des individus ainsi que leur contribution à la formation des facteurs sont présentés par le tableau N°7. Le nuage des points est illustré par le graphique N°3.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Tableau N°7 : Dispersion de la population sur les axes (F₁, F₂)

Coordonnées des observations :			Contributions des observations (%) :		
Observation	F1	F2		F1	F2
1	-0,423	-0,933	1	0,164	1,218
2	-0,900	-0,441	2	0,742	0,272
3	-1,019	-0,318	3	0,952	0,142
4	0,777	-2,034	4	0,553	5,786
5	0,181	-0,452	5	0,030	0,286
6	0,617	-0,166	6	0,349	0,039
7	1,659	2,124	7	2,522	6,307
8	2,056	3,187	8	3,871	14,204
9	0,646	2,201	9	0,382	6,776
10	-0,490	-1,000	10	0,220	1,398
11	-0,967	-0,508	11	0,856	0,361
12	-0,947	-0,529	12	0,821	0,391
13	-0,748	-0,503	13	0,512	0,354
14	-1,146	-0,324	14	1,203	0,147
15	-1,126	-0,344	15	1,161	0,166

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

16	0,255	-0,994	16	0,060	1,381
17	-0,540	-0,174	17	0,267	0,042
18	-0,600	-0,113	18	0,329	0,018
19	-0,403	0,539	19	0,149	0,406
20	-0,741	0,887	20	0,503	1,101
21	-0,424	1,296	21	0,165	2,349
22	0,614	-1,132	22	0,345	1,792
23	-0,400	-0,087	23	0,147	0,011
24	-0,460	-0,026	24	0,194	0,001
25	0,213	-0,852	25	0,041	1,015
26	-0,344	-0,278	26	0,108	0,108
27	-0,225	-0,401	27	0,046	0,225
28	0,350	-0,664	28	0,112	0,617
29	-0,505	-0,520	29	0,233	0,378
30	-1,061	-0,683	30	1,031	0,652
31	-0,608	1,021	31	0,338	1,457
32	-0,866	1,287	32	0,687	2,316
33	-1,025	1,451	33	0,963	2,944
34	-0,710	-1,180	34	0,462	1,946
35	-0,988	-0,893	35	0,895	1,115

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

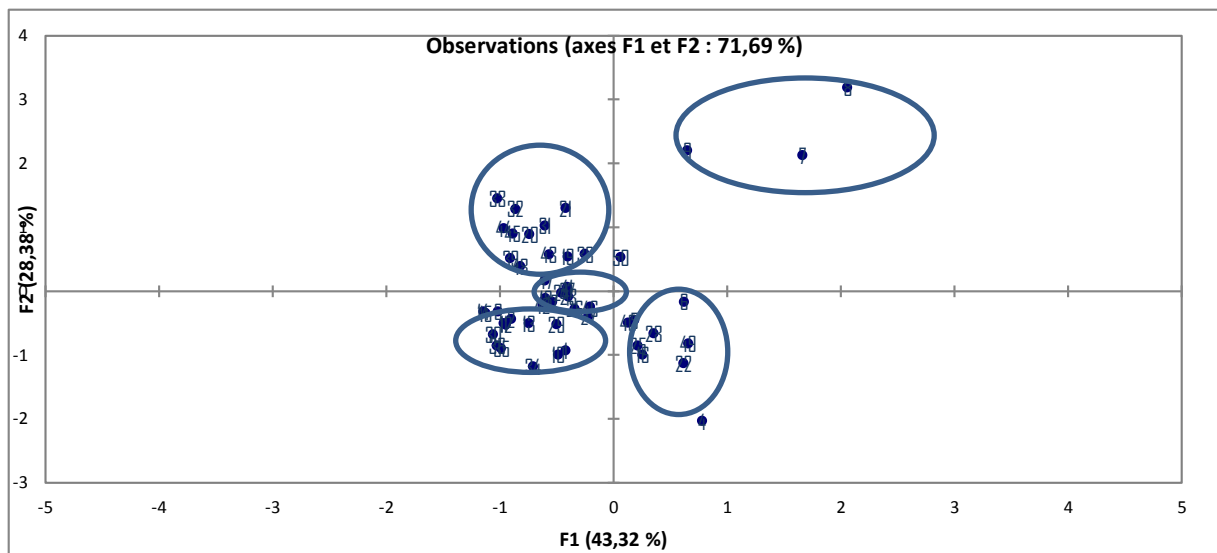
36	-1,028	-0,852	36	0,968	1,015
37	-0,412	0,005	37	0,156	0,000
38	-0,254	0,578	38	0,059	0,467
39	-0,909	0,518	39	0,757	0,375
40	0,128	-0,493	40	0,015	0,340
41	-0,409	0,060	41	0,153	0,005
42	-0,627	-0,221	42	0,360	0,068
43	-0,570	0,575	43	0,297	0,462
44	-0,967	0,984	44	0,857	1,355
45	-0,888	0,902	45	0,722	1,139
46	-0,207	-0,246	46	0,039	0,084
47	-0,605	0,164	47	0,335	0,038
48	-0,824	0,389	48	0,622	0,212
49	0,656	-0,824	49	0,394	0,949
50	0,059	0,527	50	0,003	0,389
51	-0,140	0,732	51	0,018	0,750
52	2,061	0,956	52	3,890	1,279
53	3,251	2,673	53	9,682	9,995
54	2,636	2,066	54	6,367	5,969
55	-0,017	-0,753	55	0,000	0,793

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

56	-0,733	-0,246	56	0,493	0,085
57	-0,753	-0,226	57	0,520	0,071
58	-0,555	-0,661	58	0,282	0,612
59	-0,555	0,075	59	0,283	0,008
60	-0,635	0,157	60	0,369	0,035
61	5,537	-2,910	61	28,091	11,844
62	3,389	-1,159	62	10,525	1,878
63	3,668	-1,215	63	12,327	2,064

Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

Graphique N°3 : Dispersion de la population sur les axes (F1, F2)



Source : XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP)

L'intérêt de la présentation du nuage de point c'est de pouvoir distinguer les individus qui présentent les mêmes caractéristiques et qui peuvent être regroupé dans la même catégorie d'individu. Dans notre cas nous pouvons distinguer six catégories de groupe de Dairates, les Dairates de chaque groupe présentent des caractéristiques similaires en termes de potentialités

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

touristiques (*nombre de site touristique*), de projets touristiques bénéficiant de dispositifs de l'ANDI, de nombre de projets de création d'entreprises par l'ANSEJ et la CANC et en fin par le nombre d'hôtel. A cet effet la typologie des caractéristiques touristiques par daïra dont dispose notre wilaya sont synthétisé dans le tableau N°8, que nous avons établi à travers l'illustration circulaire que nous avons effectué sur le graphique du nuage des points.¹

Tableau N°8 : Typologie des caractéristiques touristiques des Daïrates de Tizi-Ouzou

Types	Daïrates hors catégorie	Daïrates dans la catégorie
1	Tigzirt, Tizi-Ouzou	
2		Azeffoune
3		Ouagnoune, Draa El Mizane, Azzazga
4		Bouzeguene, Makouda, Iferfounen, Ouacif
5		Ain El Hemmam, Beni Douala, Maatkas, L-Nath-Irathen, BeniYeni
6		Ouadia, mekla, Makouda, Draa Ben Khedda, Boughni, Tizi Ghenif, Tizi Rached

Source : Etablit par nous même

¹Voire annexe N°05

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Section 3 : Les perspectives d'avenir pour développer le tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou

La wilaya de Tizi-Ouzou à une véritable potentialité et richesse naturelle, mais malheureusement sont abandonner et mal exploiter, pour cela nous proposons quelque perspectives que l'on souhaite de les appliquer pour l'amélioration de l'activité touristique dans notre wilaya.

3.1. La création d'un climat favorable au développement de l'activité touristique amélioration des infrastructures de base

Le développement économique ou/et touristique implique l'existence d'infrastructures nécessaires pour répondre à la forte demande des résidents et des migrants en matière de services publics afin de faciliter les mouvements dynamiques de circulations et d'accès aux endroits souhaités. La wilaya de Tizi-Ouzou à l'instar de beaucoup d'autre wilaya souffre de la qualité des services et des infrastructures qui est insuffisante et déplorable et qui est considéré comme un véritable frein pour le développement local.

A cet effet, les responsables nationaux et de la wilaya doivent élaborés une stratégie nationale et régionale afin d'améliorer les infrastructures publiques en matière de route nationale, chemin de wilaya, chemin de commune mais aussi d'ouverture de pistes pour le décloisonnement des sites qui n'ont pas encore d'accès. La dynamique de l'activité touristique mais aussi économique nécessite le développement d'autres infrastructures telles que les infrastructures sanitaires, de loisir, de protection civile mais aussi hôtelière et maisons d'hôte.

Dans ce sillage, nous abordons la question d'un autre service public qui est en relation directe avec l'infrastructure routière qui est la question du transport public. En effet ce secteur est un maillon incontournable dans une dynamique économique et touristique et il doit occuper une place de choix dans les politiques de développement régional. C'est pour cela les mêmes autorités doivent penser à une véritable stratégie pour développer les moyens de transport routiers ferroviaires voir aériens et maritimes afin de créer un véritable arsenal de moyens de transports adapté aux caractéristiques géographiques, économiques et démographiques de chaque région.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

3.2. Amélioration de la capacité d'accueil et la qualité des prestations touristiques

La wilaya de Tizi-Ouzou souffre également d'un manque d'infrastructures d'accueil, et c'est pour cela qu'il est nécessaire d'orienter la dynamique économique de création de nouvelles entreprises de manière à augmenter les capacités d'accueils, des structures hôtelières en quantité et en qualité . Il serait donc opportun d'exploiter le parc immobilier inoccupé que présente la wilaya de Tizi-Ouzou à travers ses différentes communes et prévoir l'aménagement d'auberges traditionnelles, de motels, et de transformer certaines anciennes ou nouvelles maisons en maisons de hôte.

La problématique de l'environnement est aussi récurrente dans notre Wilaya. En effet nous constatons que les communes sont confrontées à un défi de taille qui est la collecte et la gestion des ordures ménagères. Il est constaté à l'œil nu que les normes d'hygiène et de la propreté ne sont pas respectées et que les routes sont bordées de décharges sauvages qui portent atteinte à la beauté des paysages « *touristiques* » mais aussi aux potentiels risques infectieux en terme de santé publique. Pour cet effet les autorités concernées sont appelées en urgence de remédier à cette problématique d'hygiène en adoptant les moyens et les politiques nécessaires au service environnemental et hygiénique qui serait également perçu comme un booster de l'activité touristique.

3.3. Assurer une stratégie de coordination des acteurs de l'activité touristique de la wilaya

Dans le but de promouvoir l'activité touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou, les professionnels du tourisme doivent travailler en synergie et en étroite collaboration pour créer un environnement adéquat à l'activité touristique. Autrement dit, il faut sensibiliser les différents acteurs de la wilaya de Tizi-Ouzou à travailler en partenariat autour d'un objectif commun, qui est le développement du tourisme. Pour ce faire, Les différentes parties prenantes doivent adopter une stratégie globale dans un esprit de cohésion optimale qui pourrait se décliner en quatre démentions.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

3.3.1. Elaboration de mesures d'incitation à l'activité touristique

Il s'agit dans un premier lieu de mettre en œuvre une stratégie de développement du secteur touristique de littoral et de montagne en créant les conditions favorables pour instaurer un climat de convivialité recherché par les migrants de notre région. Cette initiative pourrait se concrétiser par démesures sélectives de secteur bancaire en orientant les crédits d'investissements vers le secteur touristique. Les dispositifs de créations d'entreprises doivent également fournir un service accompagnateur de financement en matière de conseils techniques, d'études, de facilités de garanties de crédit, d'avantage fiscaux mais aussi des facilités dans les procédures foncières des activités économiques touristiques.

3.3.2. Valorisation du patrimoine

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'un patrimoine matériel et immatériel très considérable. Le secteur de l'artisanat est un vecteur économique sur lequel se repose une importante partie de l'économie de notre wilaya. En effet, plusieurs communes n'étant pas le domicile d'entreprises manufacturières, l'artisanat constitue leur activité principale dans la vie économique et sociale et ne vivent que grâce aux ateliers d'artisanat dans le différents domaine à savoir la confection de tenues traditionnelles mais aussi modernes, la menuiserie de bois, la tapisserie, la bijouterie traditionnelle et la poterie. Notre région est très renommée à l'échelle nationale de ce savoir-faire artisanal et qui a une grande clientèle à travers l'Algérie et le monde (les pays voisins, la diaspora algérienne à l'étranger) ce qui représente un potentiel d'attractivité touristique considérable pour notre région rien que ce domaine pourrait mobiliser des ressources humains mais aussi une création de véritable richesse pour dynamiser l'activité économique dans la région.

L'artisanat constitue un segment très important de notre identité culturelle, elle doit être sauvegardée et préservée comme patrimoine culturel matériel, économique et social et ce qui portera le vecteur principal d'un développement local spécifique à la région et qui boosterait d'autres secteurs d'activité telle que la production, la vente et le tourisme. Ainsi dans ce genre de démarche qui prenne en compte les spécificités locales et régionales, nous nous inscrivons dans une logique de développement économique durable.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Pour cela, les autorités publiques doivent doubler d'efforts pour sauvegarder, réhabiliter et intégrer ce patrimoine dans le processus de développement économique et touristique à travers toutes les régions d'Algérie. Des actions concrètes de sauvegarde et de développement du savoir-faire ancestral doivent être entreprises en urgence, telles que :

- L'élargissement du marché local et la création d'emplois nouveaux avec la diminution de coûts d'investissements supportés par l'entrepreneur local, afin de stabiliser la population rurale et de promouvoir la vie de campagne ;
- La préservation, la restauration, l'enrichissement et l'entretien des sites touristiques attractifs, tels que les sites historiques, archéologiques et culturels, les parcs et réserves naturelles de la biosphère et les zones d'expansion touristique du littoral ;
- Adoption d'une démarche qui valorise l'activité culturelle avec la construction de lieux de visite tel que les musées, théâtre, maisons de culture, salles de projection cinématographique mais aussi des bibliothèques communales pour mieux exposer les caractéristiques culturelles et patrimoniales de notre région ainsi que pour mieux les préserver dans des lieux dédiés à la culture ;
- L'encouragement de la pratique des activités culturelles et artisanales, et adopter des démarches de promotion de ces activités telles que l'organisation des salons d'artisanat, des expositions, des fêtes, des festivals...
- Faire adopter à la population locale de nouveaux comportements de consommation, de manière à promouvoir le produit local pour faire face à la concurrence des produits étrangers qui submergent le marché algérien dans un contexte de mondialisation. Il est donc impératif que les pouvoirs publics prévoient des campagnes de sensibilisation pour produire, distribuer et consommer local avec des normes de respect de l'environnement et de minimiser et recycler les déchets ;
- Encourager les artisans à s'organiser en coopérative pour conjuguer leurs efforts afin de relever les défis de la concurrence déloyale ;
- Encourager et solliciter la présence du secteur privé dans la mise en valeur du patrimoine.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

3.3.3. Le développement de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication au service d'une démarche marketing

Troisièmement, les autorités publiques doivent porter un intérêt particulier à la question des hautes et des nouvelles technologies car elles sont le véritable vecteur du développement intégré d'un pays. Le secteur touristique ne déroge pas à la règle et donc nécessite l'existence de moyens technologiques importants pour son développement.

L'environnement de l'offre touristique a connu un développement spectaculaire grâce aux nouvelles technologies de l'information et de la communication (TIC) car ces dernières offrent un environnement propice pour la progression qualitative et quantitative des produits touristiques. Elles permettent aussi de faciliter l'accès des citoyens au produit touristique par le développement des services en ligne et à distance. Le bénéficiaire du service touristique a également la possibilité de porter leurs évaluations de la qualité en ligne et porter leurs propositions et suggestions concernant les prestations fournies.

Les techniques de l'information et le tourisme peuvent établir un nombre important de synergies, étant donné que le tourisme nécessite une importante quantité d'informations. Le développement de ces techniques facilite l'accès, la vitesse et l'efficacité des informations. L'internet représente en outre, un support idéal à l'image du produit qui est bien souvent un facteur déterminant dans le choix de la destination touristique.

Le développement des TIC doit s'étendre non seulement sur les services touristiques mais aussi à l'ensemble des services publics et privés dont dispose la wilaya de Tizi-Ouzou tel que les administrations publiques, les services de paiements en ligne, les services monétaires et bancaires... l'accélération de l'usage des TIC dans les entreprises touristiques en développant l'offre de services en ligne par les entreprises est déterminant afin de développer l'accès des citoyens aux services touristiques.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

3.3.4. La formation de qualification professionnelle

Quatrièmement, La formation du personnel est un élément fondamental dans le secteur touristique, car c'est ce qui détermine le professionnalisme du secteur.

La qualité de la formation doit constituer un vecteur important pour faire face aux carences qui caractérisent cette activité dans la wilaya de Tizi-Ouzou, qui malgré la présence de plusieurs écoles de formation dans le domaine touristique, le manque de professionnalisme se fait encore ressentir. Le manque d'une culture touristique aggrave les carences existantes.

Il est donc important pour les professionnels du secteur d'encourager l'investissement en matière de qualité de la formation touristique durant les années à venir en vue d'assurer la gestion de grands projets touristiques prévus par les autorités centrales. Cela devrait se faire à travers les actions suivantes :

- Assurer une formation de qualité aux nouveaux étudiants dans le domaine touristique mais aussi l'ensemble des travailleurs du secteur notamment les agents d'accueil, les guides et agences de voyages ... ;
- Intégration des notions sur la culture touristique et de voyage dans les programmes scolaires des écoles primaires ;
- Les professionnels du tourisme doivent bénéficier de formations de mise à niveau de manière cyclique à chaque fois que l'on juge la nécessité en matière de conception, de vente, de marketing, accueil... ;
- Assurer une formation élémentaire de l'ensemble des notions et des pratiques de base de l'activité touristique aux acteurs des secteurs environnants tels que les artisans les commerçants de proximité afin de pouvoir travailler en synergie avec les professionnels du domaine touristique.

Chapitre III : Evaluation des projets touristiques de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI

Conclusion

A travers notre étude, nous avons observé un éventail considérable de richesses variées à travers les différentes ressources naturelles, culturelles et artisanales mais essentiellement des sites touristiques qui représentent la véritable potentialité d'attractivité de visiteurs locaux dans la wilaya de Tizi-Ouzou.

L'analyse en composante principale nous a permis d'évaluer la corrélation entre les projets touristiques créés par le dispositif ANDI qui est l'objet de notre étude, avec le nombre d'Hôtel existant. La relation est en effet très forte. Par contre, la relation de notre objet avec les sites touristiques ainsi que la relation du nombre d'entreprises créées par les dispositifs ANSEJ et CNAC avec ces mêmes sites donnent une très faible corrélation qui en dit que les données locales ne sont pas prises en considération dans les politiques locales de promotion de l'activité touristique.

Malgré, la diversité des richesses géographiques et le patrimoine varié des différentes daïra de la wilaya de Tizi-Ouzou, le tourisme balnéaire reste le plus fréquent par rapport aux autres types de tourisme local. Le tourisme de montagne est marginalisé par les autorités concernées et mal aménagé, ce qui réduit les chances d'activité touristique et qui influence négativement sur le développement économique local et touristique de la wilaya en particulier et de l'Algérie en général.

Pour remédier à cette situation, nous avons proposé quelques actions impératives à mener pour l'amélioration de l'infrastructure existante, l'aménagement des sites et la création de nouveaux projets dans le secteur de tourisme. Le potentiel touristique de notre wilaya est très fort, son exploitation peut être un vecteur d'une véritable dynamique économique nécessitant un investissement matériel et humain dans le savoir-faire touristique.

Conclusion générale

Le développement touristique est un précieux instrument d'aménagement du territoire, permettant de sédentarisation de la population locale et réduire le creusement des équilibre régionaux et de freiner le mouvement unilatéral de la population vers les villes administrative ou industrielles. C'est un moyen efficace de lutter contre l'exode rural et de campagne.

En Algérie, le domaine touristique connaît un retard considérable alors que les pays voisins et les pays du pourtour méditerranéen ont atteint des capacités physiques très importantes d'accueil. L'Algérie reste encore un site touristique quasiment brut et inexploité, ce qui est incontestablement un atout potentiel pour qu'une politique privilégiant le secteur sera mise en place afin de promouvoir une dynamique économique alternative à l'existante. La réhabilitation et augmentation des capacités du parc hôtelier, l'aménagement des espaces à vocation touristique et la création de nouveau pôles touristique ainsi que l'ouverture de l'investissement nationaux et étrangers sont en théorie les volontés affichées par les autorités publiques algériennes à travers les politiques publique d'aménagement de territoires, de zones d'expansion touristique et aussi des politiques de créations et de financement de petites entreprises à l'échelle locale et territoriales.

Le secteur de tourisme sous ses différentes formes tel qu'il existe dans la wilaya de Tizi-Ouzou est une esquisse d'une réalité nationale qui affiche une volonté pour développer l'emploi et l'activité économique locale qui permettra à la population tant urbaine que rurale la réalisation d'un projet de vie intégré et de qualité. Le tourisme peut être une source importante de création d'emploi et de génération de revenu, mais à l'état actuel de l'activité touristique en Algérie et plus précisément dans la wilaya de Tizi-Ouzou, le secteur touristique produit seulement des emplois à court terme et saisonnier à l'image de la dynamique économique saisonnière dans la forêt Yakouren, dans la région littorale de Tigzirt et de Azzefoun. Pourtant la wilaya de Tizi-Ouzou ne manque pas d'opportunités et perspectives pour le développement du tourisme dans des zones situées dans la région de montagne.

Ceci dit que le destin de la population locale en matière de tourisme est étroitement lié à la volonté des pouvoirs publics centraux à travers les plans d'aménagement territoriaux dans le cadre d'une stratégie à très long terme (horizon 2030) , mais aussi de la mise en œuvre de dispositifs locaux appliqué par des organismes spécifique à l'image de l'ANDI. L'examen des politiques touristiques locales durant la réalisation de notre travail, nous permet de répondre

à notre problématique ainsi que de porter des éclaircissements à nos deux hypothèses de départ.

Dans le cadre de la première hypothèse « **Le dispositif de l'ANDI œuvre en coordination à la politique centrale de l'aménagement et de la promotion de l'activité touristique** », nous nous permettons d'affirmer la présente, car la corrélation du dispositif de l'ANDI avec une activité touristique existante et évaluée dans le cadre de notre travail par les hôtels en activité (majoritairement situés dans les ZET) est forte. C'est la preuve tangible que les dispositifs locaux de dynamisation économique ne font qu'exécuter un schéma dont la définition des axes et des financements sont fait par une politique publique globale.

Dans le cadre de la seconde hypothèse « **Le dispositif de l'ANDI répond favorablement aux potentialités touristiques à travers l'ensemble du territoire de la wilaya de Tizi-Ouzou** », nous nous permettons d'infirmer la présente, car la corrélation du dispositif de l'ANDI dans le domaine touristique avec les véritables potentialités touristique de notre wilaya exprimées par le nombre de site touristique recensés est quasiment nulle. C'est une autre preuve tangible que les dispositifs de développement local tiennent peu ou pas des réalités locales de nos territoires.

Ainsi, notre réponse à notre question fondamentale est relative à la volonté publique centrale. Une véritable cohérence entre le dispositif de l'ANDI et le potentiel touristique pour un développement effectif de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi-Ouzou existe si seulement si, les spécificités locales sont bien prises en compte par les plans globaux (centraux) d'aménagement. Dans le cas contraire, c'est-à-dire si les plans de la haute autorité de décision ne prennent pas en compte la réalité du terrain, les dispositifs de développement local dont l'ANDI, n'ont pas de cohérence dans le développement effectif des localités régionales. Nous finissons par définir une relation de transitivité entre les parties prenantes d'une dynamique locale à savoir les politiques centralisés, les politiques locales et les réalités territoriales.

Pour cela, une nouvelle réflexion vers le tourisme de montagne qui est la spécificité dominante de la wilaya de Tizi-Ouzou doit être mise en œuvre et qui intégrera la dimension durable d'un tourisme puissant et diversifié. La force d'un tourisme spécifique et régional se trouvera indélébilement dans l'optimisation de l'investissement dans le domaine artisanal, dans l'implication et intégration de la population locale dans le développement touristique mais aussi dans la valorisation des potentialités patrimoniales.

Bibliographie

Ouvrages

- ALLOUI Li, AMI M : « *cours d'Aménagement touristique* », OPU, Ed.2.04.5213, 2011.
- Baudelle .G, Guy. C ;« *Le développement territorial en Europe. Concepts, enjeux et débats, coll. Didact Géographie* » éd. Presses Universitaires de Rennes 2011.
- CLAUDE. R ;« *Ecogenèse territorialité* » ;in Auiac F. et Brunet R.(eds), espaces, jeux et enjeux, paris : fayard, 1986.
- DRYFEUS-SIGNOLES C ; « *l'espace touristique* » ; ED BREAL, PARIS 2002.
- Françoise. P ; « *Développement local* » in Lévy Jacques et Lussault Michel Dictionnaire de la géographie et de l'espace des sociétés, Belin ; 2003.
- Frey, N, Richard, G, responsible tourism management; de messing link between business owner's attitudes and behavior in the Cap town tourism industry. Tourism management (2009).
- GREFFE (X.) ; Le développement local, éd. de l'Aube, coll. Bibliothèque territoires 2002.
- Houee. P ;« *Le développement local au défi de la mondialisation* » ;l'harmattan ; paris, 2001.
- Pecqueur.B ;« *Le développement local : modeou modèle* » ; Paris ; Ed ; Syros alternative ,1991.
- Peemans (J.-Ph.) (dir.) ;« *Territoire, développement et mondialisation. Points de vue du sud* », éd. Sylepse, coll. Alternative sud 2008.
- Pierre M ; « *Aménagement du territoire* », Paris, 2000.

Thèses et Mémoires

- Alhroot, A. H. J. marketing of a destination: Jordan as a case study. Thèse de doctorat. Université de Huddersfield. Huddersfield. Royaume-Uni. 2007.
- AMNACHE-CHIKH,S ; « *l'activité touristique en Algérie : réalité et perspectives de développement* », Université Mouloud Mammeri, 2017.
- HAMMAL G ; Melle HASSOUNA S ; *MEMOIRE de master de science économique « les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou »* ; 2012-2014.

- Holoviak, P, Duda, A. an evolution of strategies and finances of the rural tourism industry. The center or rural Pennsylvania. Universté Kutztown.2012.
- LUCIE.D ; « *le marketing territorial, un outil pertinent pour le développement local touristique et culturel* » ; mémoire de master, Université de Toulouse, juin 2007.
- Mehdi.F ;« *Aménagement du territoire industrielle, cas de commune : Elkseur et Akbou* » ; Mémoire du master, Université Abderrahmane MIRA-Bejaia,2012.
- *Mémoire de Master en Science de Gestion ; « Aménagement du territoire et localisation industrielle, cas des communes : elkseur et akbou » ; 2013/2014.*
- OUDJEDOUB Ouahiba : « *Aménagement touristique et développement local : Cas de la commune d'Aokas* »,2014.

Articles et revues

- Lim, C.C, Patterson, I. Sport Tourism on the Islands: impact of an International Mega Golf Event. Journal of sport @ Tourism. 2008.
- Pierre G et Fernand v, dictionnaire de la géographie, paris, presses universitaires de France, 2009.
- Wilaya de Tizi-Ouzou, Revu de l'ANDI, 2015.

Webographie

- [http : //www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/01-10](http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/01-10).
- <https://tourismexpress.com/nouvelles/rapport-wttc-impact-economique-des-voyages-et-du-tourisme-dans-le-monde-en-2014-et-perspectives-2015-2025>.
- <https://www.vitamedz.com/fr/Tizi-Ouzou/Andi-agence-nationale-de-developpement-de-l-investissement/21078/1.html>.
- [www .joradp.dz](http://www.joradp.dz) .
- www.andi.dz.
- www.cairn.info.
- www.elwatan.com/actualite .
- www.mdipi.gov.dz.
- www.mta.gov.dz.

Liste d'abréviations

Abréviations	Significations
ACP	Analyse en Composantes Principales.
AEI	Agriculture écologiquement intensive.
AEP	Adduction d'Eau Potable.
ANDT	Agence National de Développement du Tourisme.
ANGEM	Agence Nationale de Gestion du Microcrédit.
ANSEJ	Agence Nationale de Soutien à l'Emploi de Jeune.
CNAC	Caisse Nationale d'Assurance Chômage.
OMT	Organisation Mondiale du Tourisme.
PIB	Produit Intérieur Brut.
PME	Petite et Moyenne Entreprise.
PMI	Petite et Moyenne Industrie.
SDAT	Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.
SNAT	Schéma National d'Aménagement du Territoire.
ZET	Zone d'Expansion Touristique.

La liste des tableaux et des graphes

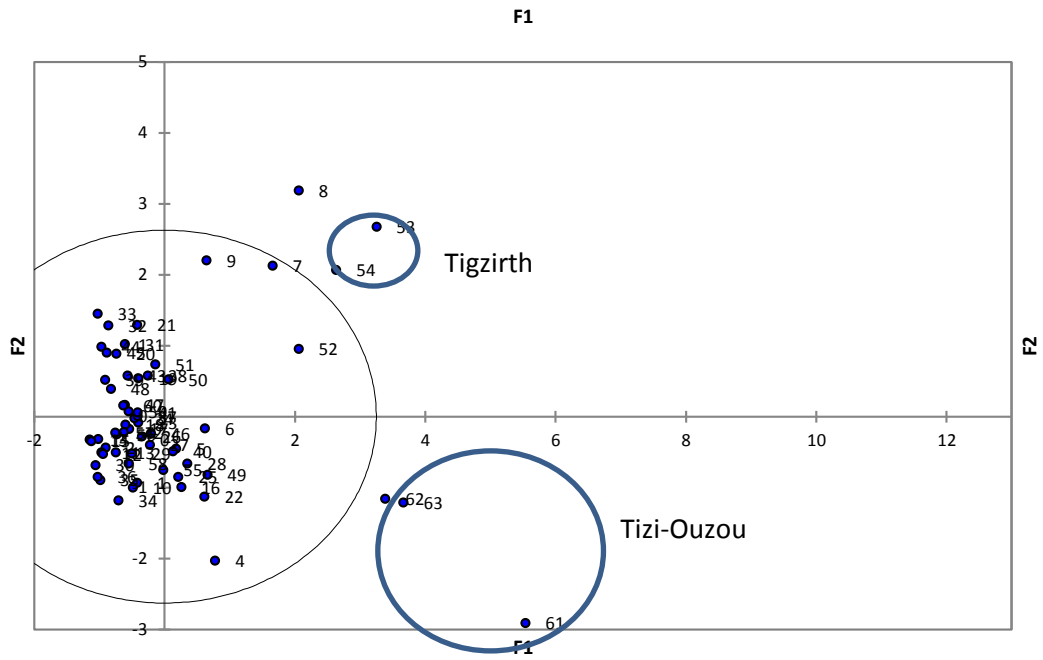
Liste des tableaux

Tableau N°	Titres	Pages
1	Les banques qui financent les investissements.	44
2	Nombre de projets touristiques dans le cadre de l'ANDI.	61
3	statistiques descriptives.	65
4	Matrice de corrélation de Pearson (n).	66
5	Valeurs propres.	67
6	Corrélations entre les variables et les facteurs.	69
7	Dispersion de la population sur les axes (F_1 , F_2).	71
8	Typologie des caractéristiques touristiques des Dairates de Tizi-Ouzou.	75

Liste des graphes

Graphique N°	Titres	Pages
1	Diagramme des valeurs propres des variables.	68
2	Représentation des variables sur les axes (F_1 , F_2).	70
3	dispersion de la population sur les axes (F_1 , F_2).	74

Annexe N°5 : Le nuage de points de la population



Annexe N°01 : Base de données des indicateurs touristiques par daïra de la wilaya de Tizi-Ouzou.

DAIRA	ANN EES	Nbres de projet par ANDI	Nbres d'Hotel	Nbres d'E/ses créés par ANSEJ ET CNAC	Nbres DES SITES TOURISTIQUES
AIN EL HAMMAM	2016	0	0	38	4
AIN EL HAMMAM	2017	0	0	14	4
AIN EL HAMMAM	2018	0	0	8	4
AZAZGA	2016	0	0	98	5
AZAZGA	2017	1	1	35	5
AZAZGA	2018	2	1	35	5
AZEFFOUN	2016	1	7	36	25
AZEFFOUN	2017	3	7	12	25
AZEFFOUN	2018	0	6	18	25
BENI DOUALA	2016	0	0	35	3
BENI DOUALA	2017	0	0	11	3
BENI DOUALA	2018	0	0	12	3
BENI YENNI	2016	0	1	11	3
BENI YENNI	2017	0	0	2	3
BENI YENNI	2018	0	0	3	3
BOGHNI	2016	0	1	60	7
BOGHNI	2017	0	1	20	7
BOGHNI	2018	0	1	17	7
BOUZEGUE NE	2016	0	0	35	15
BOUZEGUE NE	2017	0	0	18	15
BOUZEGUE NE	2018	1	0	12	15
DRAA BEN KHEDDA	2016	0	2	67	7
DRAA BEN KHEDDA	2017	0	2	16	7
DRAA BEN KHEDDA	2018	0	2	13	7
DRAA EL MIZANE	2016	1	0	48	4
DRAA EL MIZANE	2017	1	0	20	4
DRAA EL MIZANE	2018	1	0	26	4
L-NATH IRATHEN	2016	2	0	34	1
L-NATH IRATHEN	2017	1	0	13	1
L-NATH IRATHEN	2018	0	0	7	1
IFERHOUNE NE	2016	0	0	24	17

IFERHOUNE NE	2017	0	0	11	17
IFERHOUNE NE	2018	0	0	3	17
MAATKAS	2016	0	0	25	0
MAATKAS	2017	0	0	11	0
MAATKAS	2018	0	0	9	0
MAKOUDA	2016	0	0	36	11
MAKOUDA	2017	1	0	22	11
MAKOUDA	2018	0	0	11	11
MEKLA	2016	1	0	43	6
MEKLA	2017	1	0	16	6
MEKLA	2018	0	1	16	6
OUACIF	2016	0	0	27	14
OUACIF	2017	0	0	7	14
OUACIF	2018	0	0	11	14
OUADHIAS	2016	0	1	36	9
OUADHIAS	2017	0	1	16	9
OUADHIAS	2018	0	1	5	9
OUAGUENO UN	2016	0	0	89	13
OUAGUENO UN	2017	1	0	37	13
OUAGUENO UN	2018	1	0	27	13
TIGZIRT	2016	3	5	39	12
TIGZIRT	2017	7	5	11	12
TIGZIRT	2018	5	6	13	12
TIZI GHENIF	2016	0	2	36	5
TIZI GHENIF	2017	0	1	11	5
TIZI GHENIF	2018	0	1	10	5
TIZI RACHED	2016	0	0	31	5
TIZI RACHED	2017	1	0	9	5
TIZI RACHED	2018	1	0	5	5
TIZI OUZOU	2016	2	14	141	0
TIZI OUZOU	2017	2	12	55	0
TIZI OUZOU	2018	2	13	58	0

**Annexe N°2 : La liste des hôtels actifs par commune de la wilaya de
Tizi-Ouzou**

DAIRA	ANNEES	Nbres d'Hôtel
AIN EL HAMMAM	2016	0
AIN EL HAMMAM	2017	0
AIN EL HAMMAM	2018	0
AZAZGA	2016	0
AZAZGA	2017	1
AZAZGA	2018	1
AZEFFOUN	2016	7
AZEFFOUN	2017	7
AZEFFOUN	2018	6
BENI DOUALA	2016	0
BENI DOUALA	2017	0
BENI DOUALA	2018	0
BENI YENNI	2016	1
BENI YENNI	2017	0
BENI YENNI	2018	0
BOGHNI	2016	1
BOGHNI	2017	1
BOGHNI	2018	1
BOUZEGUENE	2016	0
BOUZEGUENE	2017	0
BOUZEGUENE	2018	0
DRAA BEN KHEDDA	2016	2
DRAA BEN KHEDDA	2017	2
DRAA BEN KHEDDA	2018	2
DRAA EL MIZANE	2016	0
DRAA EL MIZANE	2017	0
DRAA EL MIZANE	2018	0
L-NATH IRATHEN	2016	0
L-NATH IRATHEN	2017	0
L-NATH IRATHEN	2018	0
IFERHOUNENE	2016	0
IFERHOUNENE	2017	0
IFERHOUNENE	2018	0
MAATKAS	2016	0
MAATKAS	2017	0
MAATKAS	2018	0
MAKOUDA	2016	0
MAKOUDA	2017	0
MAKOUDA	2018	0
MEKLA	2016	0
MEKLA	2017	0

MEKLA	2018	1
OUACIF	2016	0
OUACIF	2017	0
OUACIF	2018	0
OUADHIAS	2016	1
OUADHIAS	2017	1
OUADHIAS	2018	1
OUAGUENOUN	2016	0
OUAGUENOUN	2017	0
OUAGUENOUN	2018	0
TIGZIRT	2016	5
TIGZIRT	2017	5
TIGZIRT	2018	6
TIZI GHENIF	2016	2
TIZI GHENIF	2017	1
TIZI GHENIF	2018	1
TIZI RACHED	2016	0
TIZI RACHED	2017	0
TIZI RACHED	2018	0
TIZI OUZOU	2016	14
TIZI OUZOU	2017	12
TIZI OUZOU	2018	13

Annexe N°3 : La liste des sites touristiques par commune de la wilaya de Tizi-Ouzou

Communes	Potentialité	Appellation	Localisation	Accessibilité	OBS
Ait Mahmoud	Potentialités Touristiques et Naturelles	Barrage Taksebt	RN 30	Accessible	Accessible
	Archéologiques et Historiques	Quartier Général du Colonel Krim Belkacem	Village Tizi-n'Tlakht	Accessible	Accessible
Beni-Aissi	Potentialités Touristiques et Naturelles	Aire de repos	Barrage Taksebt	Accessible	Accessible
Beni-Yenni	Archéologiques et Historiques	Mosquée de l'ère Turcs	Taourirt Mimoun	Accessible	Accessible
Iboudrarene	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Agouni Lahoua. * Parc National du Djurdjura	* Iboudrarene * Iboudrarene	Accessible	Accessible
Bouzuène	Potentialités Touristiques et Naturelles	Forêt Akfadou.	Nord de la Commune	Accessible	Accessible
	Archéologiques et Historiques	SAS	Bouzuène Centre	Accessible	Accessible
Iloula Omalou	Potentialités Touristiques et Naturelles	Montagne	Entre Mezeguene et Abourghes	Accessible	Accessible
	Archéologiques et Historiques	* Azerou melloulene * Agouni Tizi *Ifri Ait lahcene	*Abourghes *Ait Aziz *Ait Lahcene	*Inaccessible *Accessible *Accessible	*Inaccessible *Accessible *Accessible
Idjeur	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Sidi Elhadi *Thala kitane	*Village Bouaouene *Village Mehaga	Accessible	Accessible
	Archéologiques et Historiques	PC de la wilaya III historique	Nord Est de la Commune	Accessible	Appelé « PC Amirouche »
Beni Zekki	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Thaziverth *Azerou N'boubrahim (La main de Lalla Fatma) *Grotte de Neige	*Beni Zikki *Berkis *Col Chréa.	*Anaccessible *Accessible *Inaccessible	*Nécessite ouverture de Piste
	Archéologiques et Historiques	*Ifri N'marza *Ighouladh *Wannari.	*Adardar *Adardar *Wannari	*Accessible *Accessible *Inaccessible	*Nécessite ouverture de Piste
Drâa El Mizan	Potentialités Touristiques et Naturelles	*BarrageN°04. *Hammam Sidi Aissa * Forêt Moula Yahia	*Cité Barrage *Tazrout Sidi Aissa *Village Kerouane Henia	*Accessible *Accessible *Accessible	*Situé près d'un site rupestre *Hammam curatif
	Archéologiques et Historiques	Site rupestre d'Azrou N'tamarth	Village Azrou N'tamarth	*Accessible	Situé près de barrage N°04

Sidi Naamane	Archéologiques et Historiques	*Phare Bordj-Sebaou *Zaouia	*Bordj-Sebaou * Zaouia	*Inaccessible	*En état de dégradation avancé *Dégradé
Tadmaït	Potentialités Touristiques et Naturelles	Montagnes de Sidi Ali Bounab.	Sommet de la montagne	*Accessible	*Accessible
Tirmitine	Archéologiques et Historiques	*Site de l'époque romaine. * Guérites de l'Armée française à Tzrout et agouni ou zaroudh *Cité (avecguérite). *Ifri ou Megdoul.	* Laksar * Laksar *Elbordj * Megdoul	*Accessible	*Accessible
Makouda	Potentialités Touristiques et Naturelles	Achrouf "N'Siwen"	Culmine le chef lieu de la commune	*Accessible	*Accessible
	Archéologiques et Historiques	Le vieux village berbère abandonné d'Ichikar situé a quelques mètres du mont "Achrouf N'Siwen"	Makouda "Achrouf N'Siwen"	*Accessible	*Accessible
Boudjima	Potentialités Touristiques et Naturelles	*Chria * Aguemoun	*Nord de chef lieu de la commune *Village Yaffadjen	*Accessible	*Site naturel *Aguemoun, pic qui abrite des restes vdes chahids calcinés par la napalm pendant la guerre de libération, sur le pic une tombe d'un saint du vilage
	Archéologiques et Historiques	*Azerou Imyuzen *Tissira Otman *Lafayer *Ifri Bouali *Tikatine *Tissira L'tnin *Sidi Yahia	* Village Tarihant * Village Tarihant * Village Tarihant *Village Tarihant *Village Tikaatine * Village Ichetouanene	*Accessible	*Les sites contiennent des dessins prè historiques. *Lafayer un ancien village berbère. *tous ses sites ne sont ni classés ni préservés

XLSTAT 2010.2.01 - Analyse en Composantes Principales (ACP) - le 19/12/2019 à 15:19:31

Annexe N°04: Analyse en Composante Principale

Tableau observations/variables : Classeur = SORAYA SO.xlsx / Feuille = Feuil2 / Plage = 'Feuil2'!\$D:\$D,'Feuil2'!\$E:\$E,'Feuil2'!\$F:\$F,'Feuil2'!\$G:\$G / 63 lignes et 4 colonnes

Libellés des observations : Classeur = SORAYA SO.xlsx / Feuille = Feuil2 / Plage = Feuil2!\$A:\$A / 63 lignes et 1 colonne

Filtrage / N premières lignes : Nombre d'observations : 50

Type d'ACP : Pearson (n)

Filtrer les facteurs : Nombre maximum = 2

Type de biplot : Biplot de corrélation / Coefficient = Automatique

Statistiques descriptives :

Variable	Observations	c données	mais données	mar	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart-type
NPA	63	0	63	0,000	7,000	0,667	1,257	
NH	63	0	63	0,000	14,000	1,508	3,146	
NEAC	63	0	63	2,000	141,000	26,587	24,501	
NST	63	0	63	0,000	25,000	7,905	6,213	

Matrice de corrélation (Pearson (n)) :

Variables	NPA	NH	NEAC	NST
NPA	1	0,512	0,091	0,107
NH	0,512	1	0,454	0,058
NEAC	0,091	0,454	1	-0,136
NST	0,107	0,058	-0,136	1

Les valeurs en gras sont différentes de 0 à un niveau de signification $\alpha=0,05$

Test de sphéricité de Bartlett :

Khi ² (Valeur ol)	36,556
Khi ² (Valeur cl)	12,592
DDL	6
p-value	< 0,0001

H0 : Il n'y a pas de corrélation significativement différente de 0 entre les variables.

Ha : Au moins l'une des corrélations entre les variables est significativement différente de 0.

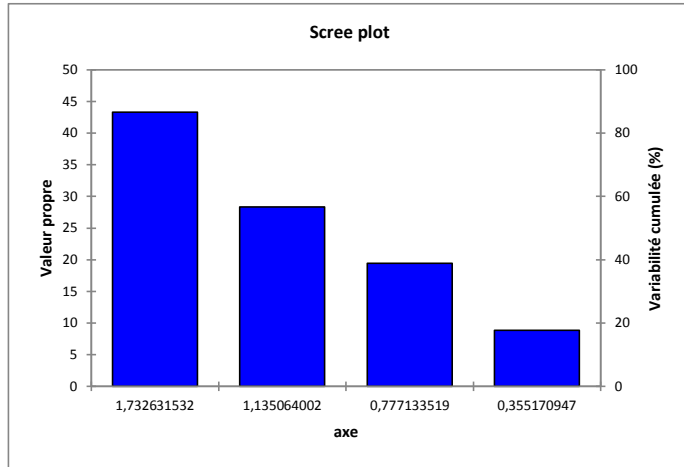
Etant donné que la p-value calculée est inférieure au niveau de signification $\alpha=0,05$, on doit rejeter l'hypothèse nulle H0, et retenir l'hypothèse alternative Ha.

Le risque de rejeter l'hypothèse nulle H0 alors qu'elle est vraie est inférieur à 0,01%.

Analyse en Composantes Principales :

Valeurs propres :

	F1	F2	F3	F4
Valeur propre	1,733	1,135	0,777	0,355
Variabilité (%)	43,316	28,377	19,428	8,879
% cumulé	43,316	71,692	91,121	100,000



Vecteurs propres :

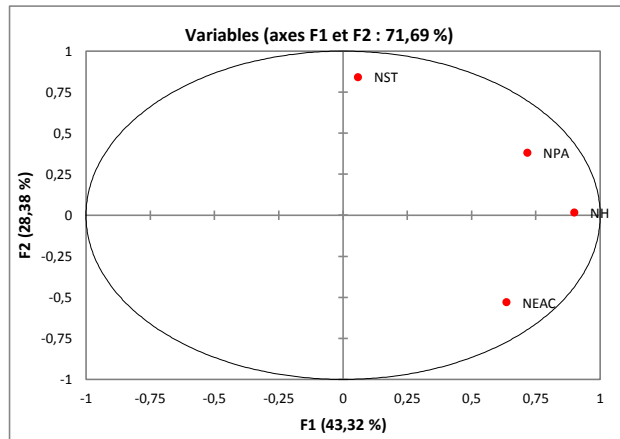
	F1	F2	F3	F4
NPA	0,545	0,357	-0,570	-0,502
NH	0,684	0,017	0,023	0,729
NEAC	0,483	-0,498	0,555	-0,459
NST	0,044	0,790	0,606	-0,078

Coordonnées des variables :

	F1	F2
NPA	0,717	0,380
NH	0,900	0,018
NEAC	0,636	-0,531
NST	0,058	0,842

Corrélations entre les variables et les facteurs :

	F1	F2
NPA	0,717	0,380
NH	0,900	0,018
NEAC	0,636	-0,531
NST	0,058	0,842



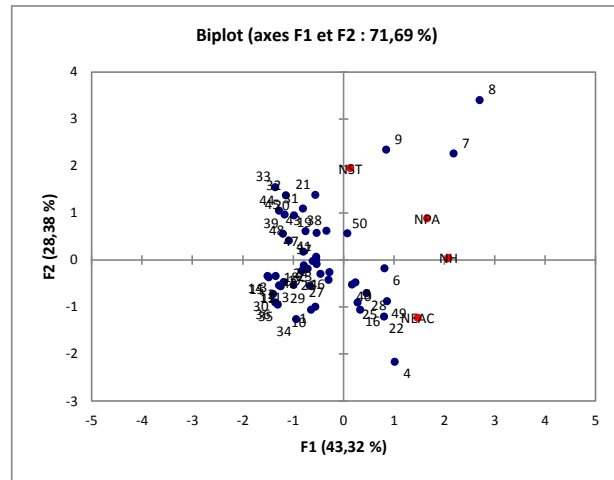
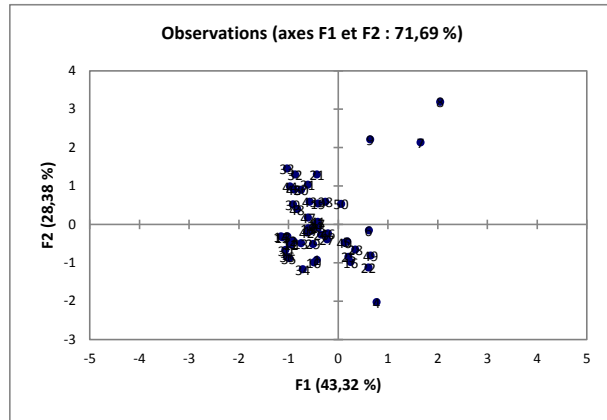
Contributions des variables (%) :

	F1	F2
NPA	29,674	12,711
NH	46,782	0,027
NEAC	23,348	24,798
NST	0,197	62,463

Coordonnées des observations :

Observation	F1	F2
1	-0,423	-0,933
2	-0,900	-0,441
3	-1,019	-0,318
4	0,777	-2,034
5	0,181	-0,452
6	0,617	-0,166
7	1,659	2,124
8	2,056	3,187
9	0,646	2,201
10	-0,490	-1,000
11	-0,967	-0,508
12	-0,947	-0,529
13	-0,748	-0,503
14	-1,146	-0,324
15	-1,126	-0,344
16	0,255	-0,994
17	-0,540	-0,174
18	-0,600	-0,113
19	-0,403	0,539
20	-0,741	0,887
21	-0,424	1,296
22	0,614	-1,132
23	-0,400	-0,087
24	-0,460	-0,026
25	0,213	-0,852
26	-0,344	-0,278
27	-0,225	-0,401
28	0,350	-0,664
29	-0,505	-0,520
30	-1,061	-0,683
31	-0,608	1,021
32	-0,866	1,287
33	-1,025	1,451
34	-0,710	-1,180
35	-0,988	-0,893
36	-1,028	-0,852
37	-0,412	0,005
38	-0,254	0,578

39	-0,909	0,518
40	0,128	-0,493
41	-0,409	0,060
42	-0,627	-0,221
43	-0,570	0,575
44	-0,967	0,984
45	-0,888	0,902
46	-0,207	-0,246
47	-0,605	0,164
48	-0,824	0,389
49	0,656	-0,824
50	0,059	0,527
51	-0,140	0,732
52	2,061	0,956
53	3,251	2,673
54	2,636	2,066
55	-0,017	-0,753
56	-0,733	-0,246
57	-0,753	-0,226
58	-0,555	-0,661
59	-0,555	0,075
60	-0,635	0,157
61	5,537	-2,910
62	3,389	-1,159
63	3,668	-1,215



	F1	F2
1	0,164	1,218
2	0,742	0,272
3	0,952	0,142
4	0,553	5,786
5	0,030	0,286
6	0,349	0,039
7	2,522	6,307
8	3,871	14,204

9	0,382	6,776
10	0,220	1,398
11	0,856	0,361
12	0,821	0,391
13	0,512	0,354
14	1,203	0,147
15	1,161	0,166
16	0,060	1,381
17	0,267	0,042
18	0,329	0,018
19	0,149	0,406
20	0,503	1,101
21	0,165	2,349
22	0,345	1,792
23	0,147	0,011
24	0,194	0,001
25	0,041	1,015
26	0,108	0,108
27	0,046	0,225
28	0,112	0,617
29	0,233	0,378
30	1,031	0,652
31	0,338	1,457
32	0,687	2,316
33	0,963	2,944
34	0,462	1,946
35	0,895	1,115
36	0,968	1,015
37	0,156	0,000
38	0,059	0,467
39	0,757	0,375
40	0,015	0,340
41	0,153	0,005
42	0,360	0,068
43	0,297	0,462
44	0,857	1,355
45	0,722	1,139
46	0,039	0,084
47	0,335	0,038
48	0,622	0,212
49	0,394	0,949

50	0,003	0,389
51	0,018	0,750
52	3,890	1,279
53	9,682	9,995
54	6,367	5,969
55	0,000	0,793
56	0,493	0,085
57	0,520	0,071
58	0,282	0,612
59	0,283	0,008
60	0,369	0,035
61	28,091	11,844
62	10,525	1,878
63	12,327	2,064

Table des matières

Table des matières

Remerciement.

Dédicaces.

Liste des abréviations.

Liste des tableaux et graphes

Sommaire

Introduction générale 01

Chapitre I cadre conceptuel du développement local

Introduction 05

Section 1 présentation des notions de base sur le développement local..... 05

1.1. Histoire du développement local 05

1.2. Définition du développement local 08

1.3. Les principaux outils du développement 09

1.3.1. L'aménagement du territoire..... 09

1.3.2. La politique de décentralisation 10

1.3.3. La gouvernance locale 10

1.3.4. La participation citoyenne 10

1.3.5. Fiscalité nationale et fiscalité locale 10

1.4. La structure du développement local..... 10

1.5. Les objectifs du développement local 11

1.6. Les enjeux du développement local 11

Section 2 : Le développement territorial 11

2.1. Définition du développement territorial 12

2.1.1. Le territoire..... 12

2.1.2. Le développement territorial 12

2.2. L'attractivité et la compétitivité territoriale 13

2.2.1. Définition de l'attractivité 13

2.2.1. Définition de la compétitivité..... 13

2.3. Facteurs de l'attractivité territoriale 14

2.3.1. Les facteurs traditionnels 14

2.3.1.1. L'environnement économique..... 14

2.3.1.2. La situation géographique 14

2.3.1.3. L'environnement et le cadre de vie 14

2.3.1.4. Les externalités technologiques..... 15

2.3.1.5. L'accessibilité et les dotations du territoire..... 15

2.3.2. Les nouveaux facteurs 15

2.3.2.1. Le réseau territorial 15

2.3.2.2. La différenciation 15

2.3.2.3. Le leadership 15

2.3.2.4. Accompagnement des acteurs économiques 15

2.4. Les stratégies de compétitivité 16

2.4.1. Stratégie d'innovation 16

2.4.2. Stratégie des technologies de l'information 16

Table des matières

2.4.3. Stratégie de créneau	16
2.4.4. Stratégie de réseau.....	16
2.4.5. Stratégie de grappes	17
2.4.6. Stratégie d'investissement direct à l'étranger	17
Section 3 : L'aménagement du territoire	17
3.1. Présentations des théories traditionnelles du développement local et territorial.....	17
3.1.1. Les districts industriels.....	17
3.1.2. Des milieux innovateurs.....	18
3.1.3. Approche du post-fordisme et de la spécialisation flexible.....	18
3.2. Définition de l'aménagement du territoire	18
3.2.1. Les acteurs de l'aménagement du territoire	19
3.2.1.1. L'Etat.....	19
3.2.1.2. Les populations.....	19
3.2.1.3. Les entreprises.....	19
3.2.1.4. Les collectivités locales.....	20
3.2.1.5. Les autres acteurs	20
3.3. L'aménagement à l'échelle régional et local.....	21
3.3.1. L'échelle des collectivités territoriales.....	21
3.4. Les objectifs de l'aménagement territorial	22
3.4.1. Le développement économique et l'équité spatiale	22
3.4.2. L'aménagement et la protection des espaces.....	22
Conclusion	24
Chapitre II : le tourisme local vecteur du développement local	
Introduction	25
Section 1 : Les notions de base sur l'activité touristique	25
1.1. Définition de l'activité touristique.....	26
1.2. Typologie de l'activité touristique.....	27
1.3. Le tourisme traditionnel.....	27
1.2.1. Le tourisme moderne.....	28
1.2.2.1. L'écotourisme.....	28
1.2.2.2. Le tourisme d'aventure.....	28
1.2.2.3. Visite de famille et des amis.....	29
1.2.2.4. Le tourisme de conférence et d'événements	29
1.2.2.5. Le tourisme d'affaires	29
1.2.2.6. Le tourisme culturel.....	29
1.3. Les composantes de l'activité touristique.....	30
1.3.1. L'offre touristique	30
1.3.1.1. L'offre originale.....	30
1.3.1.2. L'offre dérivée.....	30
1.3.2. La demande touristique.....	31
1.4. Les enjeux économiques de l'activité touristique.....	31
1.4.1. La création des emplois.....	31
1.4.2. Impact du secteur touristique sur la balance des paiements.....	32

Table des matières

Section 2 : Présentation des spécificités touristiques en Algérie	32
2.1. Les acteurs de l'aménagement touristique en Algérie.....	32
2.1.1. Les acteurs publics	32
2.1.2. Les acteurs privés	33
2.1.3. Partenariat public / privé	33
2.2. Les instruments de l'aménagement touristique	33
2.2.1. Le Schéma national d'Aménagement du Territoire « SNAT 2030 ».....	34
2.2.2. Le Schéma directeur d'aménagement touristique «SDAT»	34
2.3. Les zones touristiques existantes en Algérie	35
2.3.1 Les zones d'Expansion touristique (ZET).....	35
2.3.2. Les Pôles d'Excellence Touristique	35
2.4. Les dotations touristiques en Algérie	35
2.4.1. Les ressources naturelles	35
2.4.2. Les ressources artistiques, culturelles et du patrimoine historiques.....	36
2.4.3. Manque de ressources en infrastructures touristiques	36
Section 3 : Présentation des dispositifs du développement (touristique) local en Algérie ...	37
3.1. Les dispositifs locaux d'aide à la création de nouvelles entreprises	37
3.1.1. La caisse nationale d'assurance chômage (CNAC).....	37
3.1.2. L'Agence nationale de soutien à l'emploi des jeunes (ANSEJ).....	38
3.1.3. L'Agence Nationale de Gestion du Micro Crédit (ANGEM)	39
3.1.4. L'Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANDI)	40
3.2. Les dispositifs de financement bancaire aux nouvelles entreprises	40
3.2.1. Les sociétés de capital d'investissement	41
3.2.2. La caisse de garantie du crédit d'investissement.....	42
3.2.3. Le fonds de garantie des crédits aux PME (FGAR)	42
3.2.4. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque/crédit des investissements des chômeurs promoteurs âgés de 35 à 50 ans.....	43
3.2.5. Le fonds de caution mutuelle de garantie risque/crédit jeunes promoteurs	43
3.2.6. Le fonds de garantie mutuelle des micros crédits.....	43
3.2.7. Les banques et les établissements financière.....	44
Conclusion	46
Chapitre III : Evaluation des projets touristiques territoriaux de la wilaya de Tizi-Ouzou créés dans le cadre de l'ANDI	
Introduction	47
Section 1 : Présentation générale de la wilaya de Tizi-Ouzou	48
1.1. Découpage administratif de la wilaya	49
1.1.1. Relief et morphologie.....	49
1.1.2. Hydrographie.....	49
1.1.3. Le climat.....	50
1.1.4. Les ressources en eau	51
1.2. Secteur du Tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou	52
1.2.1. Le tourisme balnéaire (région côtière)	52
1.2.2. Le tourisme climatique (région de montagne).....	52
1.2.3. Le patrimoine archéologique et artisanal	53

Table des matières

1.3. La promotion du tourisme local à travers l'Agence National de Développement de l'Investissement (ANDI)	54
1.3.1. Présentation de l'ANDI	54
1.3.1.1. Définition de l'ANDI.....	54
1.3.1.2. Le passage de l'APSI vers ANDI.....	54
1.3.1.3. Mission de l'ANDI.....	55
1.3.2. L'ANDI et la promotion de tourisme territorial.....	55
1.3.2.2. Schéma National d'Aménagement du Territoire.....	57
1.3.2.3. Le Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT)	57
1.3.2.1.1. Les filières à développer	58
1.3.2.1.2. Le rôle du guichet unique décentralisé	58
1.3.3. Promotion du secteur du Tourisme et développement territorial dans le cadre de l'ANDI.....	58
Section 2 : Evaluation du dispositif dans l'ANDI dans la wilaya de Tizi-Ouzou	60
2.1. Evaluation du taux de réalisation des projets touristiques créés dans le cadre de l'ANDI dans la wilaya de Tizi-Ouzou	60
2.1.1. Présentation des données	60
2.1.2. Interprétation de données.....	64
2.2. L'analyse de l'impact de l'ANDI sur l'activité touristique de la wilaya de Tizi-Ouzou selon la méthode ACP.....	64
2.2.1. Analyse de la statistique descriptive.....	65
2.2.2. Analyse de la corrélation entre les variables	66
2.2.3. Analyse en composantes principales	67
2.2.4. Analyse de la corrélation des variables avec les facteurs	68
2.2.5. Analyse de la dispersion de la population sur les axes (F_1 , F_2).....	70
Section 3 : Les perspectives d'avenir pour le tourisme de la wilaya de Tizi-Ouzou	76
3.1. La création d'un climat favorable au développement de l'activité touristique Amélioration des infrastructures de base	76
3.2. Amélioration de la capacité d'accueil et la qualité des prestations touristiques	77
3.3. Assurer une stratégie de coordination des acteurs de l'activité touristique de la wilaya	77
3.3.1. Elaboration de mesures d'incitation à l'activité touristique	78
3.3.2. Valorisation du patrimoine	78
3.3.3. Le développement de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication au service d'une démarche marketing	80
3.3.4. La formation de qualification professionnelle.....	81
Conclusion	82
Conclusion générale.....	83
Bibliographie.	
Annexes.	
Table des matières.	