

**REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE**

**MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE**  
**SCIENTIFIQUE**



**UNIVERSITE MOULOUD MAMMERI**

**TIZI-OUZOU**



**FACULTE DES SCIENCES ECONOMIQUES, DES SCIENCES**

**DE GESTION ET DES SCIENCES COMMERCIALES**

**DEPARTEMENT : SCIENCES ECONOMIQUES**

*MEMOIRE DE FIN D'ETUDE EN VUE D'OBTENTION D'UN MASTER ACADEMIQUE EN  
SCIENCES ECONOMIQUES*

*OPTION : DEVELOPPEMENT LOCAL, TOURISME ET VALORISATION DU PATRIMOINE*

**THEME**

**Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou**

**Présentée par**

- M<sup>elle</sup> HAMMAL GHania
- M<sup>elle</sup> HASSOUNA Sihem

**Devant le jury d'examen composé de**

- Belkacem BOUKHROUF, maitre assistant, président.
- Rosa TITOUCHE, maitre assistante, rapporteur.
- Lounas HADDADI, maitre assistant, examinateur.
- Meriem TERKMANI, maitre assistante, examinatrice.

Promotion : 2012-2014

# ***REMERCIEMENTS***

*Il nous faut d'abord exprimer notre profonde gratitude envers notre promotrice, madame TITOUCHE Rosa, enseignante à l'université de Tizi Ouzou, pour nous avoir accordé l'honneur d'assurer la direction et le suivi scientifique avec une extrême bienveillance de ce travail. Nous la remercions infiniment de sa grande contribution à l'aboutissement de ce travail, de s'être montrée toujours disponible et de nous avoir prodigué ses remarques judicieuses et sa rigueur scientifique et de nous avoir toujours soutenus dans les moments difficiles. Nous voulons vous en dire notre vive reconnaissance avec tous nos respects.*

*Nous remercions tout particulièrement monsieur DAHMANI Mohamed pour ses orientations et sa présence.*

*Nos remerciements iront également à notre responsable de master, monsieur DOUMANE Said, et à tous les enseignants (es) de l'Université Mouloud MAMMERI, plus précisément ceux du département des sciences commerciales et économiques qui ont contribué activement à notre formation.*

*Nous adressons nos sincères remerciements à tous les membres du jury qui nous ont accordé l'honneur d'évaluer ce travail et d'avoir exprimé leur plaisir de participer à la soutenance.*

*Sachant que nul travail ne peut se réaliser seul, Nous adressons nos vifs remerciements à toutes les personnes qui ont pris le temps de nous recevoir, de nous fournir les informations recherchées et de partager avec nous leurs connaissances et leurs expériences.*

## **RESUME**

L'industrie du tourisme est devenue de nos jours, dans de nombreux pays, un secteur fondamental et de premier plan dans le développement économique et social.

Tizi Ouzou qui est une wilaya de l'Algérie, possède un potentiel touristique énorme. Elle regorge de richesses naturelles (montagne, littorale), historiques, archéologiques et artisanales, qui méritent d'être découvertes. Ces atouts lui permettent de devenir une destination primordiale de tourisme littoral, de tourisme vert ou encore de tourisme culturel et historique qui peut donner naissance à une industrie touristique étendue et prospère.

Malheureusement, Tizi Ouzou est aujourd'hui une destination touristique quasiment vierge qui n'a pas été encore suffisamment exploitée. Ce mémoire fera l'objet d'une présentation des différentes faiblesses et carences de l'offre touristique de la région ainsi que les contraintes qui empêchent le secteur du tourisme à se développer. Enfin, quelques recommandations et solutions que nous jugeons utiles pour relancer cette activité qui est devenu actuellement, pour la région non plus un choix mais plutôt une réelle opportunité qu'il faut vraiment saisir.

La wilaya de Tizi Ouzou devrait donner plus de considération à ce secteur tout en s'inspirant des expériences des pays voisins et tirant partie de leurs succès et leurs échecs.

Mots clés : Tourisme, Tizi Ouzou, Contraintes, Offre touristique.

## ملخص

أصبحت صناعة السياحة اليوم، في العديد من البلدان قطاع رئيسي يؤدي إلى التنمية الاقتصادية والاجتماعية

تيزي وزو هي ولاية من ولايات الجزائر لديها الإمكانيات السياحية الهائلة. أنها غنية بالموارد الطبيعية (الجبال، الساحلي) والتاريخية والأثرية والحرفية التي تستحق أن يتم اكتشافها. هذه القوة تمكنها من أن تصبح الوجهة الرئيسية للسياحة الساحلية، والسياحة الخضراء أو الثقافية والتاريخية التي يمكن أن تؤدي إلى السياحة واسعة ومزدهرة صناعة السياحة

للأسف، تيزي وزو الآن وجهة سياحية البكر تقريبا التي لم تستغل بما فيه الكفاية. هذه المذكرة سوف يكون عرضا لنقاط الضعف وأوجه القصور السياحة في المنطقة فضلا عن القيود على قطاع السياحة لتطوير. أخيرا، بعض التوصيات والحلول التي نعتقد أنها مفيدة لتعزيز أصبح هذا النشاط الآن، للمنطقة لم يعد خيار سوى فرصة حقيقية يجب اغتنام حقا

ولاية تيزي وزو يجب أن تعطي المزيد من الاعتبار لهذا القطاع مع الاستفادة من تجارب الدول المجاورة والاستفادة من نجاحاتها وإخفاقاتها

## **Abstract.**

The tourism industry has become today, in many countries, a key sector and leading to economic and social development.

Tizi Ouzou is a wilaya of Algeria has enormous tourism potential. It is rich in natural resources (mountains, coastal), historical, archaeological and craft that deserve to be discovered. These strengths enable it to become a primary destination for coastal tourism, green tourism or cultural and historical that can give rise to broad and prosperous tourism industry tourism.

Unfortunately, Tizi Ouzou is now an almost virgin tourist destination that has not been sufficiently exploited. This memory will be a presentation of the weaknesses and deficiencies of tourism in the region as well as the constraints to the tourism sector to develop. Finally, some recommendations and solutions that we believe are helpful to boost this activity has now become, for the region no longer a choice but a real opportunity that really must seize.

The wilaya of Tizi Ouzou should give more consideration to this sector while drawing on the experiences of neighboring countries and taking advantage of their successes and failures.

Keywords: Tourism, Tizi Ouzou, Constraints, Tourist offer.

# Dédicaces

*Je dédie ce travail de fin d'étude :*

*A mes chers parents qui ont été toujours à mes côtés.*

*ghania*

# Dédicaces

Je dédie ce travail de fin d'étude :

- A la mémoire de mon oncle.
- A mes chers parents.
- A toute ma famille.
- A mes amis.
- A mon cher ami DJIDJLI Yazid.

*Sihem*

# Sommaire

<b>Introduction générale</b> .....	1
<b>Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme.</b>	
Section 1 : Définition, Historique et Formes de l'activité touristique .....	5
Section 2 : L'offre et la demande touristique .....	16
Section 3 : Les acteurs de l'activité touristique.....	22
Section 4 : L'importance socio-économique du tourisme.....	27
<b>Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	
Section 1 : Présentation de la wilaya de Tizi Ouzou .....	35
Section 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....	46
Section 3 : L'évolution du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou de 1962 à nos jours .....	55
Section 4 : Les acteurs du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	60
<b>Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	
Section 1 : Analyse du questionnaire .....	70
Section 2 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....	77
Section 3 : Solutions : vers à un développement du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.....	88
<b>Conclusion générale</b> .....	96
<b>Bibliographie</b> .....	100
<b>Liste des tableaux</b> .....	105
<b>Liste des cartes</b> .....	106
<b>Liste des graphes</b> .....	107
<b>Annexe</b> .....	108



**Tables des matières..... 116**

# **Introduction générale**

# Introduction générale

---

Le besoin de vacances est devenu une nécessité de base pour une grande partie de la population grâce à un changement dans les motivations touristiques et une coopération entre les pays ajoutant à cela un grand nombre de nouvelles destinations qui sont à la disposition des touristes.

Le tourisme est une activité ancienne née durant les années 1800 plus exactement en 1811 qu'il est découvert en Angleterre avec le déplacement de jeunes Anglais de la plus haute société vers l'Europe. A l'époque, l'activité était seulement réservée à la minorité bourgeoise. Ce n'est qu'avec le développement des progrès en matière de transport (chemins de fer, et plus tard le voyage aérien) et aussi par des innovations dans la grande hôtellerie et dans les systèmes de commercialisation des voyages que le tourisme s'est développé en touchant les autres catégories sociales qui ont pu à leur tour profiter des plaisirs du voyage.

Les premières définitions diachroniques du terme « tourisme » étaient du dictionnaire Littré en 1872 et de Larousse en 1874. Ces définitions ont souligné la typologie du touriste : désœuvré et ayant des habitudes de voyages dictées par les saisons.

De son côté l'OMT (l'organisation mondiale du tourisme) en 2000 a défini le tourisme comme « l'ensemble des activités déployées 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».<sup>1</sup>

De nos jours, le tourisme est devenu une activité économique de première importance. Il suffit de rappeler que cette activité représente en 2011, 9% du PIB mondial<sup>2</sup> pour se rendre compte de l'importance du tourisme dans l'économie mondiale et les économies nationales.

Le tourisme a acquis cette honorable place au niveau mondial car il est considéré par beaucoup de pays comme un moyen de diversification économique particulièrement des régions rurales, une solution aux problèmes de chômage et un outil de mise en valeur du patrimoine naturel et culturel local. Il est un secteur stimulateur de l'économie à tous les niveaux, tout à la fois créateur d'emplois, pourvoyeur de devises, distributeur de richesses, promoteur de produits locaux... Il a, également, un rôle à jouer dans les grands équilibres macroéconomiques (emploi, investissement, balance des paiements, etc.). Ces caractéristiques font du tourisme une activité qui séduit tout le monde, même les pays qui sont restés longtemps hostiles à l'accueil des étrangers, affichent désormais une grande ouverture à l'égard du tourisme.

De son côté, L'Algérie renferme un potentiel touristique riche et diversifié. Son passé historique, son climat, sa géographie, sa cote méditerranéenne et en particulier le Sahara,

---

<sup>1</sup> [www.wold.tourisme.org](http://www.wold.tourisme.org)

<sup>2</sup> D'après les chiffres de l'Organisation mondiale du tourisme, Revue Baromètre volume n° 10, mars 2012.

## Introduction générale

---

devraient lui permettre d'être un pays touristique au moins au même rang que celui des pays du Maghreb (Maroc et Tunisie) qui se situent globalement au même niveau de développement avec elle.

Malgré les performances de ce secteur, l'Algérie n'a jamais su donner l'image d'une destination à vocation touristique alors que ces performances peuvent défendre de grands espoirs si cette facette économique est développée.

A partir de ce constat, il nous a paru intéressant d'étudier l'expérience algérienne en matière de développement touristique à travers le cas de la région de Tizi Ouzou qui est l'une des wilayas de l'Algérie les plus riches en terme de potentialité touristique, de la part de sa situation géographique, ses reliefs montagneux, son littoral aux quelles il faut ajouter sa culture et ses tradition ainsi que l'originalité de ses villages. Ces potentialités représentent un véritable atout pour la région où toute forme de tourisme pourra se développer en cas d'une valorisation rationnelle et efficace. Mais les différents acteurs de la région n'arrivent pas vraiment à tirer parti de celui-ci pour susciter un développement touristique avantageux pour la région.

L'objectif essentiel de notre recherche est de connaître les véritables raisons qui freinent le développement du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou malgré ses atouts et potentialités touristiques énormes. Pour cela, il est important d'apporter quelques réponses à la problématique suivante :

**« Pourquoi l'industrie touristique qui peut générer autant d'avantages, n'a pas connu dans la wilaya de Tizi Ouzou le développement escompté en rapport avec son énorme potentiel touristique ? ».**

Cette question amène d'autres questions :

- Quelle est l'offre touristique de la wilaya et quels sont ses principaux acteurs ?
- Quelles sont les contraintes qui empêchent le tourisme à se développer dans la wilaya de Tizi Ouzou ?
- Quelles sont les mesures à prendre et les démarches à suivre afin de relancer ou de promouvoir le tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou ?

Pour répondre à ces questions, nous avons décidé de structurer notre mémoire en trois chapitres :

Le premier chapitre de notre mémoire est théorique, il consiste à situer le secteur touristique d'une manière globale. Pour cela, nous allons donner quelques définitions et notions liées directement à l'activité touristique. Ensuite, nous exposerons successivement les déterminants de la demande et de l'offre touristique. Puis, nous présenterons les acteurs qui activent dans cette activité et enfin, nous allons développer l'importance et le poids économique de ce phénomène.

# Introduction générale

---

Le deuxième et le troisième chapitre sont pratiques :

Le deuxième chapitre de notre mémoire présentera la zone d'étude Tizi Ouzou. A travers ce chapitre, nous donnerons un aperçu géographique, économique de la wilaya, mais aussi nous présenterons ses principales richesses touristiques, l'évolution du tourisme dans la région ainsi que les acteurs de l'activité touristique de la wilaya.

Le troisième chapitre de notre mémoire donnera l'état des lieux de l'activité touristique à Tizi Ouzou. À travers ce chapitre, nous essayerons par le biais d'un questionnaire de trouver des réponses aux questions qu'on se pose, quant aux raisons qui empêchent le développement du secteur touristique à Tizi Ouzou pour arriver en dernier lieu, à proposer quelques solutions pour y remédier à ces contraintes.

Pour la réalisation de ce mémoire, le travail nous a nécessités :

- une recherche bibliographique qui nous a permis de collecter les informations faites de nombreux auteurs afin de bien cerner notre thème de recherche ;
- Des entretiens auprès des responsables de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou, des artisans, des membres des associations activant dans le domaine touristique ... ;
- Enfin une enquête de terrain qui a été faite par le biais d'un questionnaire auprès des estivants pour mieux d'écrire la réalité de terrain.

Il ya lieu de signaler les difficultés aux quelles nous avons été confrontés tel que le manque et parfois l'absence d'informations fiables qui refléteraient la réalité du terrain, le manque de documentation sur le tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou ajoutant à cela, la contrainte temps qui nous a pas permis d'approfondir quelques points.

# **Chapitre 1 :**

## **Généralités sur le**

### **tourisme**

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Les termes "touristes et tourisme" ont été utilisés par la Société des Nations<sup>1</sup> pour dénommer les personnes qui quittent leurs lieux (territoires) vers d'autres destinations pour une période de plus de 24 heures. Ces deux notions qui restent floues, font référence à un phénomène social multiforme,<sup>2</sup> multipartenarial et multidimensionnel.

Le tourisme proprement dit, a créé sa propre histoire en passant par un processus historique plein de mutations et de transformations. Comme le fait remarquer Marc BOYER, le tourisme n'est pas de tous les temps, il a une époque de naissance (18ème siècle) et un lieu d'apparition (l'Angleterre)<sup>3</sup>. Sa véritable naissance et son évolution vers la forme actuelle qu'on connaît, coïncidaient avec l'avènement de la révolution industrielle en Europe, l'amélioration des revenus des travailleurs, la généralisation des congés, l'apparition des banques commerciales et le développement des moyens de transport.

A l'instar de toute activité économique, le tourisme est considéré comme l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie internationale, et comme étant une activité favorisant le développement économique des nations et permettant la création des richesses par le biais des effets qu'il génère : effets directs (infrastructures), effets indirects (nouveaux emplois créés par d'autres entreprises) et effets induits (effets positifs répercutés sur la population locale). Ce phénomène est un secteur qui s'est fortement professionnalisé et structuré au cours des décennies passées pour s'élever au rang « d'industrie ».

L'industrie du tourisme offre des prestations directes et indirectes qui sont fournies par une multitude d'organisations qui sont en relation avec le domaine quelque soit : privé, public ou associatifs. Elle lie trois catégories de parties : les organisations émettrices (TO, agences de voyages), les organisations réceptives (les établissements d'accueil) et les consommateurs (les touristes). Chaque catégorie d'organisations joue un rôle bien déterminé dans le processus touristique depuis la création du produit et jusqu'à sa consommation finale.

Ce présent chapitre est à vocation générale, où nous allons essayer de présenter des généralités sur l'activité touristique, et il sera réparti comme suit :

En premier lieu, nous avons jugé utile de présenter et de définir les notions de base, l'historique et les formes de l'activité touristique. Cela fera l'objet de la première section ;

La seconde section traitera de l'offre et de la demande touristique ;

Une troisième section sera présentée, dans laquelle l'accent sera mis sur les différents participants autrement dit les acteurs et leurs rôles dans l'activité touristique ;

Et enfin, une dernière section dans laquelle nous allons présenter le rôle socio-économique du tourisme.

---

<sup>1</sup> C'est une organisation internationale introduite en 1919 par le traité de Versailles dans le but de conserver la paix en Europe.

<sup>2</sup> Equipe MIT « Le tourisme : Acteurs, lieux et enjeux », Edition Belin, 2004, p10.

<sup>3</sup> Marc BOYER, « Repères diachroniques du tourisme : choix de dates, de faits et d'inventions », Edition Téoros, 14(2), 1995, p45.

## I. DEFINITIONS, HISTORIQUE ET FORMES DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

Tout travail scientifique exige de maîtriser et de cerner les outils conceptuels qui vont servir dans la présentation des idées et leurs analyses. Dans cette présente section, nous allons présenter en premier lieu quelques définitions relatives à l'activité touristique suivie par un bref historique et les formes de cette dernière.

### 1. DEFINITIONS

Dans ce présent point, nous allons définir quelques concepts qui nous permettront de savoir ce qu'un TOURISTE et ce que veut dire le terme TOURISME pour arriver à la définition d'une zone d'expansion touristique.

#### 1.1 TOURISTE

Ce concept est lié à plusieurs définitions données par divers auteurs et sources, nous vous présentons celles qui nous semblent être les plus pertinentes.

**Selon YVES-TINARD :** Touriste est « *toute personne en déplacement hier de sa résidence habituelle pour une durée d'au moins 24h (ou une nuit) pour l'un des motifs suivants : agréments (vacances, et séjours de fin de semaine), santé (thermalisme, thalassothérapie), mission et réunions de toutes sorte (congrès, séminaires, pèlerinages, manifestation sportives, etc.), voyage d'affaires et déplacement professionnels, voyages d'affaires et déplacement professionnels, voyage scolaires* »<sup>4</sup>

**La conférence des Nation Unies** sur le tourisme qui s'est tenue à Rome en 1963, a retenu la définition suivante du touriste : « *le touriste est une personne qui quitte son lieu de résidence habituelle, pour un motif autre que celui de gagner de l'argent et pour une durée supérieure à vingt quatre heures* »<sup>5</sup>

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

A Travers ce tableau, nous pouvons illustrer la différence de durée de séjour qui existe entre : touriste, vacancier et excursionniste.

---

<sup>4</sup> YVES TINARD « le tourisme : Economie et management » Edition :Edicience International, france,1994,p07.

<sup>5</sup> ZEGGANE Kamel: « l'offre touristique, cas de la wilaya de Tizi Ouzou » thèse de magister 1999, P13



# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

**Tableau n°1 : Distinction entre Touristes, Excursionnistes et Vacanciers :**

<b>Durée</b>	<b>Dénomination</b>
❖ Moins de vingt quatre heures.	❖ Excursionniste
❖ Plus de vingt quatre heures et moins de quatre jours.	❖ Touriste (court séjour, long séjour)
❖ Au moins quatre jours et au plus quatre mois.	❖ Vacancier

Source : YVES TINARD « Le tourisme : économie et management », Ediscience international, paris 1994, page7

## 1.2 LE TOURISME

Il est toujours difficile de proposer une définition qui soit à la fois complète, brève et claire. En raison de la spécificité de cette activité qui est liée à plusieurs secteurs.

Nous avons retenu les définitions suivantes :

- **L'organisation mondiale du tourisme** définit le tourisme comme « *l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel, pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaire et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans un lieu visité* »<sup>6</sup>

- **Environnement habituel**

L'environnement habituel d'une personne, concept clé du tourisme, se définit comme la zone géographique (pas forcément contigüe) à l'intérieur de laquelle une personne mène ses activités quotidiennes habituelles.

- **GIRARD GUIBILITO** affirme que : « *le tourisme met en jeu soit sur le plan national soit sur le plan international des opérations de capital, des opérations de production et des opérations de consommations effectuées par l'Etat, les institutions financières, les entreprises, les ménages dans un environnement ou la dimension politique, sociale, culturelle et écologique est loin d'être absente* »<sup>7</sup>

## 1.3 LA ZONE D'EXPANSION TOURISTIQUE (ZET)

Le décret du 4 avril 1966 définit la zone d'expansion touristique comme suit : « *Peut être déclarée zone d'expansion touristique toute région ou étendue du territoire, jouissant de qualités ou de particularités naturelles, humaines propices au tourisme, se prêtant à*

<sup>6</sup> Organisation Mondial du Tourisme ; [www.wold.tourisme.org](http://www.wold.tourisme.org)

<sup>7</sup> GIRARD GUIBILITO : « Economie touristique et aménagement du territoire » Edition Delta Spes.Suisse 1983, page : 21

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

*l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique et pouvant être exploitée pour le développement d'au moins une, sinon plusieurs formes rentables du tourisme »<sup>8</sup>*

- **Les composantes de la ZET :** la ZET se compose de :

- ⇒ Terrains sur lesquels seront réalisés les équipements techniques et les installations annexes liées au premier
- ⇒ Terrains constituant une ceinture de protection contre toute atteinte pouvant déprécier le terrain destiné aux équipements de loisir et du tourisme, ou bien pouvant exercer une influence négative sur le fonctionnement de ses équipements. La largeur de cette ceinture varie d'un espace à l'autre.<sup>9</sup>

## 2. BREF HISTORIQUE SUR LE TOURISME

Le monde avait connu des formes de tourisme depuis l'antiquité, depuis les premières civilisations. En effet, les Grecs, les Phéniciens, les Romains ou encore les Pharaons, avaient connu des déplacements d'une région à une autre pour plusieurs raisons. Autrefois, les formes de déplacement étaient de natures économiques, commerciales, curatives ou encore de découvertes.<sup>10</sup> Au moyen-âge, les déplacements avaient un caractère d'exploration et d'aventurisme dans le monde arabo-musulmans ainsi que l'Europe occidentale.<sup>11</sup>

Au XVII<sup>ème</sup> siècle, les voyages se multiplient et le goût pour le voyage commençait à naître en Europe, chez les jeunes des familles riches anglaises. Ils étaient attirés par l'Europe mais surtout en des lieux d'intérêt culturel et esthétique comme Rome, la Toscane ou les Alpes, et les capitales européennes. Ces jeunes furent considérés comme les premiers touristes de l'Europe, d'où la naissance de l'expression « *faire le grand tour* » en France, cette expression va passer en Grande Bretagne au XVIII<sup>ème</sup> siècle « *Grand tour of Europe* ».

En 1800, pour la première fois « *le touriste* » désignait la pratique des voyages par plaisir comme motivation principale.<sup>12</sup>

En résumé, dès les premiers voyages organisés et jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale, le tourisme était avant tout un phénomène de minorité (il était réservé à une élite bourgeoise) où le tourisme était un bien de luxe et les équipements pour recevoir un tourisme

---

<sup>8</sup> Décret du 4 avril 1966. Portant de l'application de l'ordonnance n°66.62 du 26 mars 1966 relative aux zones et sites touristique, cité par : Ahmed TESSA ; « La zone d'expansion touristique : outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatial » ; thèse de magistère, P10

<sup>9</sup> AHMED TESSA, Op cit ; p11

<sup>10</sup> WALID BEN CHEIKH AHMED, Cours 1 : phénomène de tourisme, page1, PDF

<sup>11</sup> OUSMANE KEITA : « Distinction de deux formes de tourisme: classique et solidaire » Institut Universitaire de Bamako .Diplome Universitaire de Technologie D.U.T 2009, mémoire online.

<sup>12</sup> Mémoire online op cit

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

« rare » étaient largement suffisants. Le qualitatif est le critère que cette élite contribue à mettre en avant dans le but de profiter de leurs temps et argents.

Ce n'est qu'à partir de la deuxième moitié du XX siècle que le tourisme a connu son réel développement. Cela est dû essentiellement à :

- 1) Une rapide croissance économique durant les Trente Glorieuses : La hausse du pouvoir d'achat a favorisé l'accession au tourisme à de nouvelles catégories sociales. Le temps libre augmente à la faveur de la croissance des générations de retraités et de l'extension de la durée des congés payés pour les plus jeunes.
- 2) Le développement des moyens de transport qui a permis la réduction des coûts de déplacement

Ces facteurs ont facilité l'accès au tourisme à toutes les catégories sociales. Ce qui traduit la transition d'un tourisme d'élite à un tourisme de masse.

Aujourd'hui, le tourisme est devenu un loisir de masse. Il provoque les plus importantes migrations que l'humanité ait jamais connues. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme 898 millions de personnes ont voyagé hors de leur pays en 2007 à des fins touristiques<sup>13</sup>.

D'une manière générale, à la mer comme à la montagne, les capacités d'hébergement, les moyens de transports et les équipements ont explosé, suivant la demande d'une clientèle de plus en plus nombreuse et diversifiée<sup>14</sup>.

## 3. LES FORMES DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

La typologie touristique est de plus en plus complexe. À l'origine, toutefois, elle se limita au tourisme saisonnier, balnéaire, religieux, urbain et rural. La complexité croissante du fonctionnement de la société conduisit à une diversification extraordinaire de l'offre touristique. La variété des espaces disponibles, la mobilité accentuée, la multiplicité des moyens de communication et de transport, la prolifération des formes de loisir, l'éventail très large de catégories d'utilisateurs aboutissent à de très nombreuses formules de vacances.

### 3.1 LES FORMES DE BASE DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE<sup>15</sup>

Il existe trois formes de base de tourisme : le tourisme interne, le tourisme récepteur et le tourisme émetteur. Ces trois formes peuvent être combinées de différentes manières pour donner ces formes supplémentaires : tourisme intérieur, tourisme national et tourisme international.

---

<sup>13</sup> [www.omt.org](http://www.omt.org).

<sup>14</sup> WALID BEN CHEIKH AHMED, Cours 1 : phénomène de tourisme, page1, PDF

<sup>15</sup> Selon OMT.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

**3.1.1 Tourisme interne :** le tourisme interne comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence. (Les résidents d'un pays se déplacent dans leur propre pays).

**3.1.2 Tourisme récepteur :** le tourisme récepteur comprend les activités d'un visiteur non résident dans les limites du pays de référence.

**3.1.3 Tourisme émetteur :** le tourisme émetteur comprend les activités d'un visiteur résident hors du pays de référence

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

**3.1.5 Tourisme national :** le tourisme national comprend le tourisme interne plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou émetteur.

**3.1.6 Tourisme international :** le tourisme international comprend le tourisme récepteur plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents en dehors du pays de référence, dans le cadre du voyages du tourisme interne ou du tourisme émetteur, et les activités des visiteurs non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme récepteur.

## 3.2 LES FORMES CLASSIQUES DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

Afin de répondre à la diversité de la demande et aux goûts de chacun, le tourisme a été segmenté en différents secteurs que nous pouvons présenter comme suit :

### 3.2.1 Le tourisme balnéaire

Le tourisme balnéaire c'est le tourisme des vacances au bord de mer. Il constitue la forme la plus populaire et la plus ancienne dans le monde, notamment sur les littoraux de l'Europe du Sud, de Floride et de Californie.

Le produit touristique balnéaire s'est basé dans le passé sur le charme des sites, sur le climat et sur la qualité des hébergements. Avec la démocratisation des flux, d'autres critères déterminent le choix de la destination : l'équipement culturel et sportif, ainsi que les manifestations récréatives des stations.<sup>16</sup>

Le choix de ce type de tourisme se fait généralement sur la base des données climatiques. Les côtes méditerranéennes ou tropicales se prêtent bien à ce genre d'exercice balnéaire et sont dès lors retenues plus que les autres littoraux.

---

<sup>16</sup> Roland HOCHSTRASSER : « Les défis du tourisme suisse, une nouvelle façon de communiquer dans le marché globale », université de LAUSANNE.2002, page 28.PDF

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Cette forme de tourisme est parmi les premières formes touristiques apparue en France (1824), sauf que le ministère du Tourisme en France préfère utiliser la dénomination tourisme littoral, afin de ne pas inclure seulement les stations balnéaires.

Aujourd'hui, le tourisme balnéaire connaît une massification importante. Cela a des conséquences importantes sur le milieu marin et terrestre. Il se manifeste par une très forte consommation d'espace par les hébergements et les infrastructures annexes, une urbanisation dense et hétérogène qui a un impact important sur le paysage, entraînant la pollution d'un environnement vulnérable.

## 3.2.2 Le tourisme de montagne

Le tourisme montagnard, ou tourisme de montagne, est le tourisme dans les massifs montagneux. Les origines du tourisme montagnard remontent au XIXe siècle avec l'avènement de la montagne comme lieu de détente.

C'est un tourisme qui englobe thermalisme et climatisme, il concerne aussi les activités sportives qui contribuent à l'animation de la montagne en offrant aux touristes des bienfaits thérapeutiques ; le repos et la détente par le climat et l'air pur qui y règne.

Comme le tourisme balnéaire, le choix du tourisme de montagne se fait selon les caractéristiques climatiques mais aussi topographiques, ce dernier a une grande importance dans le choix de la réalisation des stations.

Le tourisme de montagne possède par contre des spécificités par rapport au tourisme balnéaire, comme :

- Une fréquentation plus concentrée dans un nombre relativement restreint de stations et un coût élevé qui limite cette forme de tourisme aux pays riches ;

- Les montagnes attirent aussi des millions de touristes pendant l'hiver, offrant ainsi une double saison qui les distingue du littoral. Pour les stations alpines, l'hiver constitue le principal marché en termes de volume de fréquentation et de dépenses des touristes.

Le tourisme montagnard est à double tranchant. D'un côté, grâce au tourisme, les habitants de ces régions peuvent vivre des recettes touristiques et endiguer la migration vers la vallée. D'un autre côté, il nécessite de contrôler les flux touristiques afin de préserver l'environnement. Il faut aussi songer à l'impact sur les populations locales et leurs cultures.

## 3.2.3 Le tourisme d'affaire

Le tourisme d'affaire est le tourisme que pratique l'homme d'affaires quand il développe ses activités mercantiles ou professionnelles et profite de l'opportunité pour s'imprégner du paysage, de la culture, de la terre, du divertissement...

Autrement dit, c'est le tourisme où « le visiteur réalise le voyage touristique pour les besoins de sa profession ou de l'activité économique de l'unité de production pour laquelle il

## Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

travail : de plus, la décision de faire le voyage et son financement relèvent souvent de quelqu'un d'autre que la personne en déplacement pour affaire ».

Le tourisme d'affaires se déroule donc dans un contexte professionnel et peut avoir des buts variés : rencontres commerciales, scientifiques, sociales ou politiques. Le marché des congrès privilégie des villes comme Paris, Genève, New York ou Londres.

La raison principale de ce type de tourisme peut être aussi : les congrès, les conférences, les séminaires, les colloques, les convention, les foires et réunions.

L'enjeu économique lié à cette forme de tourisme est important et il est strictement lié au tourisme urbain et il est développé particulièrement dans les grandes villes.

### 3.2.4 Le tourisme urbain

Les villes sont des destinations touristiques importantes, attirant des dizaines de millions de visiteurs chaque année comme Paris et New York.

L'apport financier est remarquable dans ce type de tourisme, ceci grâce au fait que le tourisme urbain englobe deux formes de tourisms particulièrement dépensières : le tourisme culturel (visites des musées, spectacles) et surtout le tourisme d'affaires et de congrès. Dans ce cas là, la dépense journalière d'un congressiste serait de 3 à 5 fois supérieure à celle d'un visiteur classique.<sup>17</sup>

Le tourisme urbain tel que défini par Kadri BOUALAM est : « Le tourisme urbain est l'ensemble des ressources et activités touristiques implantées en ville, stations mises à part, et proposées aux visiteurs extérieurs. De ce fait, il concerne toute personne visitant une ville en dehors de son environnement habituel à des fins de loisir, d'affaires et autres motifs »<sup>18</sup>, ce type de tourisme se caractérise par plusieurs critères à s'avoir :

- ⇒ La ville est le premier espace fréquentés par les touristes ;
- ⇒ Le milieu naturel joue un rôle moindre pour le tourisme urbain ;
- ⇒ Ce type est généralement qualifier du tourisme d'affaire et culturel.

### 3.2.5 Le tourisme culturel

Le tourisme culturel est celui dont le voyage s'effectue dans le but de satisfaire des besoins culturels dont la motivation principale de ce type de déplacement est la recherche de connaissances et d'émotions par la découverte d'un patrimoine. Le patrimoine est représenté par tout ce qui mérite d'être conservé, donc par les composantes matérielles et immatérielles de l'identité d'une société humaine.

---

<sup>17</sup> Roland HOCHSTRASSER : « Les défis du tourisme suisse, une nouvelle façon de communiquer dans le marché globale », université de LAUSANNE.2002, page 33 PDF.

<sup>18</sup> KADRI Boualem, Revue de recherche en tourisme N°26-3, chroniques, p76-79, « [www.teoros.revues.org](http://www.teoros.revues.org) »

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Les touristes culturels quelque soient leurs âges ou leurs catégorie socioprofessionnelle font partie, en général, d'une catégorie de visiteurs qui a un bon niveau d'instruction et ressemble à la plupart des visiteurs des musées, monuments et sites historiques. Parmi les pratiquants du tourisme culturel on peut trouver aussi des publics ayant une bonne aisance financière et des membres de professions intellectuelles. Le tourisme culturel fait son chemin mieux que les autres types de tourisme.

Les origines du tourisme culturel remontent au XIX siècle. Il était pratiqué par les touristes britanniques envoyés en Europe pour un « *tour* » motivé par une découverte du continent indispensable à leur éducation. De ce fait, nous pouvons le qualifier de la forme de tourisme la plus ancienne.

Parmi les principaux thèmes du tourisme culturel nous pouvons citer :

L'étude d'une **langue** : le but du séjour est l'acquisition d'une langue sur la base d'un programme prédéfini. Cette expérience donne la possibilité de mieux connaître les spécificités et la culture du pays visité.

Les **études** : le tourisme d'études est un déplacement motivé par une demande d'études qui peut avoir différentes formes comme un cours de vacances ou un cours de perfectionnement.

L'**histoire** : le but de la visite est la visite de lieux de mémoire comme la côte de Normandie ou la visite des témoignages archéologiques ou d'autres monuments.

La **découverte** d'une ville, d'une région, d'un pays ou d'un musée particulièrement reconnu.

## 3.2.6 Le tourisme religieux

Appelé aussi tourisme de foi, le tourisme religieux est une forme du tourisme, où les gens voyagent individuellement ou en groupe de pèlerinage vers un lieu de dévotion, vers un endroit tenu sacré selon la région.

La plus grande forme dans le monde du tourisme religieux a lieu au pèlerinage annuel du HADJ à la MECQUE, Arabie saoudite. Tandis que les modernes touristes religieux sont plus en mesure de visiter les villes saintes et des lieux saints dans le monde entier.

## 3.2.7 Le tourisme de masse

La démocratisation du tourisme a donné naissance à une nouvelle forme de tourisme appelé « le tourisme de masse ». Ce dernier est un tourisme caractérisé par une très forte demande. Cette pressante demande est du essentiellement à :

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

- Le progrès technique quasi-ininterrompu depuis la révolution industrielle entraîne une meilleure productivité qui à son tour permet une réduction du temps de travail, donc un accroissement du temps libre propice aux loisirs.<sup>19</sup>
- Le développement des moyens de transport (automobile, avion), autre résultante du progrès technique, favorisant le tourisme : l'espace qui peut être parcouru s'élargit, le coût des déplacements s'abaisse.
- L'insertion des congés payés annuels (En 1936, l'adoption par l'Organisation Internationale du Travail (OIT) de la Convention no 52 sur les congés payés, signera le point de départ du tourisme social. Le principe de cette convention sera également repris dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948 où l'on affirme que « toute personne a droit au repos et aux loisirs et notamment à une limitation raisonnable de la durée du travail et à des congés périodiques »).

Dans un premiers temps, la demande était caractérisée par une tendance d'uniformisation, c'est l'ère d'un tourisme indifférencié caractérisé aussi par la participation de toutes les catégories socioprofessionnelles. Puis progressivement la demande a commencé à devenir variée autrement dit, c'est une demande multiforme (demande évolue avec un consommateur toujours plus soucieux du rapport qualité-prix). Et par conséquent une offre plus diversifiée dans le but de répondre à toute la demande.

## 3.2.8 Le tourisme de santé

Cette forme de tourisme a comme objectif l'amélioration de niveaux de santé en utilisant des séjours qui intègrent soins curatifs et soins préventifs. Tout au long de son histoire, ce tourisme s'est exprimé à travers diverses formes, connaissant un grand essor en Europe au XIXe siècle

Le tourisme de santé date de l'époque des Romains où on constatait une forte fréquentation des stations thermales à des fins de soins. Ce tourisme a connu un essor considérable dans le temps surtout après l'apparition de la chirurgie esthétique qui a fait de certains pays tel que la Tunisie des destinations préférées pour l'armateur de l'esthétique.

## 3.3 LES NOUVELLES FORMES DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

La diversité et la complexité de la demande touristique a donné naissance à de nouvelles formes de tourisme à savoir :

### 3.3.1 Le tourisme durable

Ce type de tourisme peut être défini comme « un tourisme soucieux de respecter l'environnement, répondant aux besoins des loisirs humains, tout en protégeant et en

---

<sup>19</sup> SPINDNER(J), DURAND (H) ; « le tourisme de masse au XXI<sup>e</sup> siècle », édition l'Harmattan ,2003 page 31.



# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

conservant les milieux d'accueil, sans pour autant les nécessités économiques et socioculturelles de tous les acteurs concernés par les activités touristiques ». <sup>20</sup>

Il y a aussi l'écotourisme, qui est une forme du tourisme durable. Il est un sous ensemble du tourisme de nature, qui respecte une certaine éthique dont les composantes sont la protection de la nature et les retombées directes aux populations locales leur permettant de contribuer à leur bien-être.

C'est à dire qu'il tend à minimiser l'impact sur l'environnement naturel pour sa préservation à long terme. Mais il ne se contente pas d'une approche écologique passive (économie d'énergie, utilisation d'énergies renouvelables, traitement des rejets...).

Il implique également une participation active des populations locales et des touristes à des actions de sauvegarde et d'éducation à la sauvegarde de la biodiversité (reforestation, protection de la faune et de la flore, réintroduction d'espèces menacées...). <sup>21</sup>

### 3.3.2 Le tourisme solidaire

Le tourisme solidaire est fondé sur le respect de la personne, des cultures et de la nature avec l'objectif de profiter directement aux pays du Sud, en valorisant les ressources et le patrimoine locaux. Il s'inscrit dans une logique de développement des territoires et d'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique.

### 3.3.3 Le tourisme équitable

Le tourisme équitable s'applique sur les principes du commerce équitable. Les opérateurs touristiques sont en partenariat direct avec les communautés locales, qui sont rémunérées équitablement et participent directement à l'élaboration commune et à la gestion des séjours.

### 3.3.4 Tourisme gastronomique

Le tourisme gastronomique est en pleine expansion. La curiosité gastronomique peut s'avérer un facteur important dans le choix d'une destination. Elle peut même en déterminer à elle seule le voyage, mais la plupart du temps elle se combine avec d'autres activités.

Nombreuses sont les « routes du vin » qui permettent de découvrir une région grâce à cette thématique. Les fêtes peuvent accompagner la gastronomie, attirant-elles aussi des flux touristiques importants, tout en consolidant la renommée de la région. Il suffit de penser à la fête de la Bière à Munich <sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> [www.memoireonline.com](http://www.memoireonline.com)

<sup>21</sup> Belbacha Mohamed Lamine ; « La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable- Cas de Constantine » ; Mémoire de Magistère, université Mentouri de Constantine ; Juin 2011 ; page 17 .PDF

<sup>22</sup> Roland HOCHSTRASSER op cit, page 37.

## Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

La cuisine fait partie des richesses et valeurs de différents pays. En outre, actuellement, le milieu culinaire est mis en exergue par les nombreuses émissions de télévisions mettant en compétition des cuisinés. Ce type de tourisme regroupe l'ensemble des boissons et des plats traditionnels car de nombreux touristes en demandent. Ils aiment ce type de voyage pour découvrir.

### 3.3.5 Tourisme social

Le tourisme social est « l'ensemble des rapports et des phénomènes résultant de la participation au tourisme et en particulier de la participation des couches sociales à revenus modestes. Cette participation est rendue possible, ou facilitée, par des mesures d'un caractère social bien défini »<sup>23</sup>.

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

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

- Les activités touristiques peuvent être aussi regroupées en fonction d'éléments différents, tels que les moyens de transport, la destination, la taille du groupe, la durée, et autres. Cela donne naissance à d'autres formes de tourisme qui sont représentées dans le tableau qui suit :

---

<sup>23</sup> Organisation Internationale du Tourisme Social ([www.bits-int.org](http://www.bits-int.org))

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

Tableau n°2 : Les différentes formes du tourisme

Fonction	Forme
<b>Regroupement en fonction des modes de transports</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aérien (les charters) ;</li><li>- Maritime ;</li><li>- Routier ;</li><li>- Pédestre et équestre.</li></ul>
<b>Regroupement en fonction de mode d'hébergement</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Hôtelier ;</li><li>- Para-hôtelier.</li></ul>
<b>Regroupement en fonction de taille de groupe</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tourisme individuel ;</li><li>- Tourisme familial ;</li><li>- Tourisme de groupe.</li></ul>
<b>Regroupement en fonction du revenu</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tourisme de luxe ;</li><li>- Tourisme social ou populaire.</li></ul>
<b>Regroupement en fonction de l'âge</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tourisme de jeunes ;</li><li>- Tourisme de troisième âge.</li></ul>

Source : nous même à partir de plusieurs documents.

## II. L'OFFRE ET LA DEMANDE DANS L'ACTIVITE TOURISTIQUE

Pour pouvoir comprendre le phénomène du tourisme, il est nécessaire de bien cerner le concept de l'offre touristique et celui de la demande touristique. Mais avant de les définir, nous avons jugé utile de définir d'abord le concept de produit touristique.

### 1. LE PRODUIT TOURISTIQUE

La mise en place d'une politique touristique suppose la définition du produit à offrir à la clientèle. Ses caractéristiques diffèrent d'un espace à l'autre, mais des critères universels sont toujours possibles.

#### 1.1 DEFINITION DU MARCHE DES PRODUITS TOURISTIQUES

Le marché des produits touristiques est composé de l'ensemble des biens et services destinés à satisfaire la demande touristique. Des produits touristiques bien adaptés aux goûts de la clientèle, proposés à un prix compétitif, assurés d'un rapport qualité-prix satisfaisant, par

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

un fabricant de voyages ayant une bonne image de marque et constitue les conditions essentielles du succès commercial des fabricants et des distributeurs de voyages à forfait.

## 1.2 DEFINITION DU PRODUIT TOURISTIQUE

« Le produit touristique est un amalgame d'éléments qui représentent un tout indivisible, seule la combinaison des facteurs de l'offre originelle et des facteurs de l'offre dérivée permet de satisfaire les besoins touristiques »<sup>24</sup>

Parmi les produits contenus dans cet amalgame, nous pouvons citer :

- ⇒ Les potentialités des moyens de transport et des télécommunications ;
- ⇒ Les capacités d'hébergement ;
- ⇒ Les activités artisanales et traditionnelles ;
- ⇒ La variété des activités culturelles ;
- ⇒ La sécurité des biens et des personnes... etc ;
- ⇒ La facilité des formalités administratives ;
- ⇒ Le niveau de développement des services financiers et commerciaux ;
- ⇒ L'adéquation économique et politique du pays récepteur ;
- ⇒ Le degré de l'hospitalité réservé aux visiteurs.

### 1.2.1 Spécificités du produit touristique

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

Cette spécificité se traduit à partir des critères suivants :

#### ⇒ **La tangibilité et l'intangibilité**

Le produit touristique est essentiellement un amalgame d'éléments tangibles et intangibles.

Le produit touristique comparé aux autres produits de l'industrie des biens de consommation n'a pas d'existence réelle. C'est un bien impalpable qui ne peut être ni vu ni stocké et son plaisir ne peut être constaté qu'après sa consommation finale par le touriste, d'où son caractère intangible.

Même s'il se base sur un support matériel indispensable, le produit touristique reste toujours intangible, immatériel et intouchable.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> GERARD GUIBILATO ; « Economie touristique » ; Edition DELTA SPES ; suisse 1983 ; p51.

<sup>25</sup> BEN MASSOU Si Mohamed « quel tourisme pour le Maroc dans le cadre d'une société des réseaux ?le cas de la région de marrakech-tensift-al haouz », thèse de doctorat, spécialité : géographie et tourisme, université Angers, 2011, p80, PDF.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Il est également tangible, car parmi ces éléments on trouve principalement le cadre physique de base (panorama, montagne, ville) du produit, l'infrastructure spécifique (hébergement, restauration, complexe sportifs et récréatif) et des produits connexes (location de voitures, excursions...).<sup>26</sup>

## ⇒ **L'hétérogénéité du produit touristique**

L'hétérogénéité tient au fait qu'il est pratiquement impossible de produire des services touristiques identiques, une différence de qualité peut toujours exister, même si la nature des prestations offertes reste constante.

Le produit touristique est un bien très varié qui incorpore plusieurs activités sous la forme d'un package. Deux éléments importants le composent : l'élément attractif constitué des ressources naturelles, socioculturelles, technologiques... et les infrastructures qui facilitent le séjour des touristes qui comportent les établissements d'accueil, les moyens de transport, les restaurants...<sup>27</sup>

Il s'agit d'un bien mixte qui combine des biens et services privés et publics et se présente comme une séquence de services et produits marchands destinés à être consommés par les touristes en contrepartie d'une valeur déterminée. C'est ce qui fait son caractère hétérogène et rend ses prestations très délicates nécessitant beaucoup de métier et de professionnalisme de la part des acteurs touristiques.

## ⇒ **La complémentarité du produit touristique**

La complémentarité est un des caractères principaux du produit touristique qui n'est pas composé d'un seul service mais d'un ensemble de sous-produits complémentaires. Cette complémentarité conditionne la production du service touristique et sa qualité. En effet, il est nécessaire que tous les biens et services complémentaires composant un produit touristique soit de même niveau de qualité. L'insuffisance d'un seul des services composant l'ensemble du produit peut remettre en cause la qualité du produit final.<sup>28</sup>

Il est complémentaire car l'accès à une destination nécessite un moyen de transport, un établissement d'accueil, des repas, des informations sur la destination... ce qui donne naissance à une multiplicité d'éléments majeurs qui les composent tels que les infrastructures, l'hébergement, les divers services, etc.

---

<sup>26</sup> GERARD TOCQUER (collectif), « marketing du tourisme », 2eme Edition gaetan morin, europe1999 ; p154.

<sup>27</sup> BEN MASSOU Si Mohamed op cit , P79.

<sup>28</sup> FRANCOIS VELLAS « Economie et politique du tourisme international » ; Edition Economica 2002 ; p93.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

## ⇒ La rigidité du produit touristique

« Le produit touristique est un produit rigide. Du fait que l'offre n'est pas mobile ni stockable, les services touristiques sont consommables sur place. L'hôtel, l'aéroport, la base de loisirs ne peuvent être transférée à la fin de la saison touristique dans une autre région. Ils ne peuvent s'adapter aux variations de la demande dans l'espace, ni dans le temps. Cette rigidité joue notamment pour les impacts d'environnement, en particulier pour les infrastructures et les équipements des pays méditerranéens où la concentration spatiale et temporelle est trop importante »<sup>29</sup>.

C'est un produit non stockable, même s'il est programmé à la demande des clients, il ne peut cependant être produit qu'au fur et à mesure de sa consommation, d'où son caractère rigide. Cette rigidité s'explique par deux raisons:

- Le produit touristique doit se consommer sur place c'est à dire dans la destination et c'est au touriste de se déplacer pour effectuer l'acte de consommation de son bien à l'inverse des autres produits et services ;
- Le produit touristique dépend des capacités des acteurs touristiques à accueillir les touristes.

## 2. DEFINITION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

L'offre touristique est l'ensemble de biens et services touristiques pouvant-être présentés sur le marché à un prix donné. C'est l'ensemble de composites, de biens matériels et de prestations immatérielles (climat, culture...) pouvant satisfaire la demande potentielle des consommateurs.

Pour **PIERRE PY** dans « le tourisme un phénomène économique » ; page 51 ; l'offre touristique peut être définie comme : « *l'ensemble des biens et des services de consommation finale proposés par le secteur touristique aux consommateurs. Elle se mesure en terme de capacité d'hébergement et de transport touristique* ».

### 2.1 CARACTERISTIQUES DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Plusieurs critères sont inséparables de l'offre touristique. Parmi ces critères nous pouvons citer <sup>30</sup>:

- ⇒ La variété du produit de ce secteur est conditionnée par la présence du client demandeur ;
- ⇒ La consommation de ce produit se fera dans les mêmes endroits de production ;

---

<sup>29</sup> VINCENT VLES « Le projet de station touristique », Presses Universitaires de Bordeaux (PUB), 28 Novembre 1996, p302.

<sup>30</sup> TESSA Ahmed ; « La zone d'expansion touristique : outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatial » ; thèse de magistère, 1999

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

- ⇒ Certains produits peuvent-être substitués, exemple : pour voyager, le touriste peut utiliser le train, l'avion, l'automobile...
- ⇒ Les pôles touristiques offrent souvent des prestations complémentaires.

## 2.2 CLASSIFICATION DE L'OFFRE TOURISTIQUE

Elle peut-être classée en ressources touristiques de base :

- ⇒ Ressources naturelles : il s'agit à titre d'exemple du climat, du relief, du paysage, de la végétation de la faune, les ressources thermales...etc.
- ⇒ Ressources créées par l'homme : les musées, les mines, les barrages, les ports, les universités, les édifices religieux, les villages....
- ⇒ Equipements d'ordre général : ils ne sont pas propres au tourisme mais permettent les activités touristiques comme par exemple : poste et télécommunication, les établissements culturels, les services de santé...
- ⇒ Equipements d'ordre spécifique : l'hébergement, restauration...

## 3. DEFINITION DE LA DEMANDE TOURISTIQUE

La demande touristique est la quantité de biens et services que les agents touristiques veulent et peuvent acheter à un moment donné.<sup>31</sup>

La demande touristique peut être également définie par l'ensemble des besoins qui de façon consciente ou inconsciente orientent les touristes et visiteurs à consommer des prestations et services de l'activité touristique. Elle est généralement mesurée en termes de visiteurs. Le touriste se définit comme un visiteur ayant passé au moins une nuit dans le pays visité. L'estimation de la demande touristique d'un pays consiste à identifier le nombre de visiteurs dans un secteur géographique donné au cours d'une période déterminée.

La demande touristique est basée sur des besoins du « touriste » qui cherche à :

- ⇒ fuir la société, le stress, se reposer
- ⇒ découvrir une nouvelle vie, apprendre, se cultiver
- ⇒ se récréer, faire du sport, se distraire
- ⇒ découvrir la nature, d'autres régions, voyager

L'analyse de la demande doit permettre de répondre à certaines questions quantitatives concernant la fréquentation existante:

Combien de clients? Quels produits touristiques ont-ils consommés? Où ont-ils séjourné (établissement/lieu)? Pendant combien de temps (durée du séjour par personne)? Quand (saison)? Quelle somme ont-ils dépensé localement?

---

<sup>31</sup> Girard Guibilito : « Economie touristique et aménagement du territoire » Edition Delta Spes.Suisse 1983, cité par TESSA Ahmed.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Il importe également de recueillir des informations qualitatives: Quels types de clients (groupes cibles) sont venus? D'où? Quelles étaient leurs attentes, leurs motivations, etc.? Qu'est-ce qui leur a particulièrement plu? Moins plu?

Les réponses apportées à ces questions permettront de mieux améliorer la demande touristique en essayant de satisfaire les besoins des clients.

## 3.1 LES CARACTERISTIQUES DE LA DEMANDE TOURISTIQUE

Parmi les caractéristiques de la demande touristique nous pouvons citer :

- ⇒ Des motivations extrêmement différentes de la part des clients : Ces demandes sont nombreuses et divergentes.
- ⇒ Le déplacement obligatoire du client vers le produit (lieu, région touristique) : Ce qui n'est pas le cas, par exemple, lorsque l'on fait un achat dans un commerce.
- ⇒ La concentration temporelle (saisons) et spatiale (stations, régions touristiques) des activités.
- ⇒ Extrême sensibilité à la conjoncture économique et à la situation politique internationale : La demande touristique est extrêmement sensible à la conjoncture politique et plus précisément aux problèmes de sécurité ; guerre, attentats,... de plus les fluctuations de la conjoncture économique (crise économique, prix, revenu...) influent sur la demande touristique.

## 3.2 LES FACTEURS EXPLICATIFS DE LA DEMANDE TOURISTIQUE

Pour qu'il y ait tourisme, il faut la réunion d'un certain nombre de facteurs

### ⇒ **Le revenu**

Le revenu est un des éléments qui permettent la réalisation matérielle des facteurs incitatifs. La prospérité économique et la distribution des richesses sont des facteurs importants de la demande touristique. En effet, le tourisme est une consommation qui nécessite une épargne préalable que tout le monde ne peut pas se permettre. Plus le revenu croît, plus le taux de départ en vacances croît en conséquence selon une relation directe<sup>32</sup>.

Il a été observé depuis longtemps que le revenu disponible des ménages exerce un effet quasi-mécanique sur le montant des dépenses touristiques : OMT estimait en 1980 qu'en moyenne, à une augmentation du PIB (respectivement) 1%, 2.5% et 5% correspondait à une augmentation de la consommation touristique de (respectivement) 0%, 4%, 10%.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Roland HOCHSTRASSER opcit, page 18

<sup>33</sup> SPINDNER(J), DURAND (H). Op cit.



# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

## ⇒ Le temps libre

L'augmentation de la productivité a permis l'accroissement des revenus mais aussi l'apparition du temps libre, notamment grâce à la diminution de la durée du travail. L'introduction des congés payés a été un des facteurs les plus importants dans le développement de la demande touristique.

## ⇒ La mobilité

Quand le visiteur potentiel possède motivation, argent et temps, il ne lui reste qu'à partir. Les véhicules et les infrastructures constituant le système de transport deviennent ainsi le support nécessaire à la réalisation du déplacement. Les améliorations des transports au niveau de la rapidité, de la sécurité, de la capacité et du confort ont contribué à l'augmentation des flux touristiques. Grâce à cette progression de la mobilité, toujours plus de personnes se déplacent vers des destinations toujours plus éloignées, affirmant souvent le principe selon lequel le dépaysement se réalise seulement en fonction de la distance parcourue.

## ⇒ L'offre touristique :

La demande touristique ne pourrait pas évidemment se réaliser sans qu'il y ait une offre correspondante. L'équipement en structures et services est un important facteur d'attraction.

### III. LES ACTEURS DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

Ce qui frappe aujourd'hui dans le système récréatif, c'est le grand nombre et la diversité des acteurs qui relèvent tant du secteur public que du secteur privé.

Dans le cadre du tourisme ; **GEORGES CAZES**<sup>34</sup> propose une classification d'acteurs en deux catégories: une première catégorie qui relève du commercial comprenant ceux qui suscitent, acheminent, encadrent et accueillent les touristes et une seconde catégorie qui relève du territorial regroupant les partenaires locaux.

Afin de simplifier la tâche, nous avons jugé utile de classer les acteurs les plus influents dans le monde du tourisme en trois principales catégories : les voyageurs, les hébergeurs et les transporteurs.

Chaque acteur joue un rôle précis dans cette toile d'araignée depuis la création du produit touristique jusqu'à sa consommation. Afin de résister à la concurrence internationale, une concentration de ces acteurs en un seul réseau avec des modalités de fonctionnement spécifiques s'avère nécessaire.

---

<sup>34</sup> GEORGES CAZES, « Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs », Edition Bréal, Novembre 1992, p74-75.

## 1. LES VOYAGISTES

La profession principale et classique des voyagistes consiste en général à vendre des offres de voyage à leurs clients, soit directement, soit par le biais de leurs agences de distribution implantées dans le monde entier. Ils proposent différentes formules allant du vol sec jusqu'au forfait. Ils peuvent être généralistes, spécialistes par le produit qu'ils offrent ou encore spécialistes par la destination. Ils sont composés essentiellement des Tours Opérateurs et des agences de voyages.

### 1.1 LES TOURS OPERATEURS

Le Tour Opérateur peut être défini comme étant un organisateur de voyage qui a un statut juridique d'une agence de voyages, d'une association ou d'un transporteur autorisé.

C'est une entreprise touristique commerciale spécialisée dans la fabrication de voyages à forfait. Le forfait est un produit complet, vendu à prix fixe par le Tours Opérateurs, comprenant plusieurs prestations fournies par d'autres acteurs touristiques.

A la différence de la plupart des agences de voyage, les Tours Opérateurs, sont généralement des entreprises à grande dimension, très concentrées à l'échelon national et international.

### 1.2 LES AGENCES DE VOYAGES

Les agences de voyages sont des entreprises commerciales qui ont pour activité principale la vente des produits touristiques auprès des consommateurs. Elles sont rémunérées sur les ventes qu'elles réalisent, par une commission.<sup>35</sup>

L'activité économique des agences de voyages est organisée autour de la vente des titres de transport aérien, maritime et terrestre pour augmenter leurs recettes (billetterie).

Certaines agences de voyages proposent d'autres prestations comme la vente d'assurance, les réservations auprès des hôtels et des résidences meublées, la location des voitures, la réception et l'accueil des touristes...

## 2. L'HEBERGEMENT RECEPTIF

L'hébergement réceptif constitue une base parmi les autres de l'activité du tourisme, même s'il est considéré comme un segment du produit touristique. Il comprend une gamme

---

<sup>35</sup> FRANCOIS VELLAS « Economie et politique du tourisme international » ; Edition Economica 2002 ; p110.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

très variées constituées d'hôtels et de maisons d'hôtes, des résidences secondaires marchandes, des résidences meublées et plusieurs autres formes d'hébergement.

Plusieurs critères de classification des structures d'hébergement touristique peuvent être utilisés<sup>36</sup> :

- Hébergement bâti ou non bâti : c'est-à-dire hôtel, résidence secondaire, centre de loisir ou camping, caravaning, croisières ;
- hébergement individuel ou collectif : résidence secondaire ou village de vacance ;
- hébergement à but lucratif ou non lucratif : hôtellerie ou colonie de vacances, village vacance famille.

## 2.1 LES HOTELS ET LES MAISONS D'HOTES

L'hôtel peut être défini comme un établissement commercial d'hébergement qui offre des chambres ou des appartements meublés en location soit à une clientèle de passage soit à une clientèle de séjour par une location à la nuit, à la semaine ou au mois mais qui, sauf exception n'y élit pas domicile. L'hôtel peut comporter un service de restauration, bar et des services complémentaires. Il peut être exploité toute l'année ou de façon saisonnière.

Pour ce qui est des maisons d'hôtes qui constituent une nouvelle forme d'hébergement elles peuvent être définies comme étant un établissement édifié sous forme d'une ancienne demeure, ou d'une villa et situé soit en médina, soit dans des itinéraires touristiques ou dans des sites de haute valeur touristique. La maison d'hôtes offre en location des chambres et/ou suites équipées. Elle peut également offrir des prestations de restauration et de services d'animation et de distraction. Cette forme d'hébergement dont le nombre augmente de jour en jour, est un acteur influent dans le domaine de l'hébergement

## 2.2 LES RESIDENCES SECONDAIRES MARCHANDES ET LES RESIDENCES MEUBLEES

Les résidences secondaires marchandes utilisées à des fins touristiques peuvent être définies comme étant « des résidences utilisées exclusivement (ou partiellement) par leurs propriétaires qui peuvent les mettre à la disposition des tiers pour des vacances, des loisirs ou des activités professionnelles »<sup>37</sup> et aussi pour les Week-ends.

Les résidences secondaires implantées généralement à proximité des villes, revêtent plusieurs formes comprenant les villas, les appartements et les chalets. Elles forment avec les hôtels et les autres formes d'hébergement un acteur touristique principal qui dispose d'une large clientèle au niveau mondial.

---

<sup>36</sup> FRANCOIS VELLAS ; op cit ; p76.

<sup>37</sup> Staff de L'OCDE, Mesurer le rôle du tourisme dans les pays de l'OCDE : Manuel de l'OCDE sur les comptes satellite du tourisme et l'emploi, OCDE, Juillet 2000, p128.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

Quant aux résidences meublées, il s'agit de location de chambres et d'appartements effectuée hebdomadairement ou mensuellement pour une durée inférieure à trois mois. Il est nécessaire que le logement soit garni de mobiliers suffisants garantissant un certain confort pour le touriste. Les résidences meublées se sont développées au fil du temps dans les destinations touristiques qui souffrent d'un manque dans l'infrastructure d'hébergement. Elles représentent actuellement une part importante dans la capacité de l'hébergement touristique à l'échelon mondial constituant une concurrence effective vis-à-vis des hôtels et maisons d'hôtes.

## **2.3 LES AUTRES FORMES D'HEBERGEMENT**

En plus des formes précédentes, nous pouvons ajouter :

### **2.3.1 Les villages de vacances**

Il s'agit d'une forme d'hébergement faisant l'objet d'une exploitation globale généralement créée par des associations à but non lucratif, destinée à assurer des séjours de vacances et de loisirs.

### **2.3.2 Gîtes ruraux**

Sont des locaux réalisés par les agriculteurs dans leurs maison ou leurs dépendances, destinés à la location saisonnière, ce phénomène est né avec le retour à la nature, et à l'essor et au développement du tourisme vert.

### **2.3.3 Les campings**

Il s'agit d'une activité estivale qui nécessite l'aménagement de terrains obéissant aux règles de l'urbanisme destinés à accueillir des tentes, des caravanes, de petites résidences mobiles et d'habitations légères conçues pour ce genre d'activité.

## **3 LES TRANSPORTEURS**

Qui dit tourisme dit déplacement, qui est le caractère essentiel du tourisme. C'est le transport qui rend techniquement possible le changement et le déplacement. Le développement du transport a été considérable ces derniers années, et a contribué à l'essor du tourisme qu'il soit individuel ou collectif, maritime, ferroviaire, aérien ou routier le transport est devenu tout un facteur de base dans l'économie qui dépasse largement le domaine strictement touristique (transport des travailleurs, des marchandises...)

Les transports peuvent être classés en quatre grands types :

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

## 4 LES ACTEURS INDIRECTS

En plus de ces trois catégories principales d'acteurs, il est nécessaire de signaler l'intervention des différents organismes et administrations. Ce sont les acteurs indirects du tourisme.

### 4.1 COLLECTIVITES LOCALES

Pour qu'une politique du tourisme soit menée efficacement –qu'ils s'agissent d'une station thermale ou balnéaire, de sports d'hiver ou encore d'un site moins réputé-, elle doit être initiée et soutenue par les élus locaux de la municipalité

Ces élus locaux permettent d'assurer les différents équipements qui recouvrent une très grande variété de prestations : équipements culturels (musée, bibliothèque, cinéma ...), équipement sportifs (piscine, golf, tennis...), équipements médicaux et paramédicaux (thalassothérapie)<sup>38</sup>.

### 4.2 LES COMMERCE CLASSIQUES

Pour qu'une station connaisse sa pleine activité, l'ensemble des commerces doit être ouvert, cafés, alimentation, habillement, boutique de souvenirs, bijouterie, parfumerie... etc.

A leur tête la restauration qui constitue un des services nécessaire aux clients et par là au développement du tourisme. Le plus souvent, il est pris en charge par les différents lieux d'hébergement.

### 4.3 LES DIFFERENTS ORGANISMES DU TOURISME

Ils regroupent un ensemble variés d'institutions internationales, nationales, régionales, locales, privées, publiques..., dont l'activité favorise le développement du tourisme, parmi ces institutions il ya :

#### 4.3.1 L'organisation mondiale du tourisme

L'Organisation est créée le 1<sup>er</sup> novembre 1974 après sa reconnaissance par 51 États. L'OMT compte aujourd'hui 155 pays et 7 territoires et plus de 400 membres affiliés représentant le secteur privé, des établissements d'enseignement, des associations de tourisme et des autorités touristiques locales.

L'objectif fondamental de l'OMT est de promouvoir et de développer le tourisme en vue de contribuer à l'expansion économique, à la compréhension internationale la paix, à la

---

<sup>38</sup> YVES TINARD ; « Le tourisme, économie et management », Edition : ediscience 1994. Page 5.

## Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

prospérité ainsi qu'au respect universel et à l'observation des droits et des libertés humaines fondamentales sans distinction de race de sexe, de langue et de religion.<sup>39</sup>

### 4.3.2 Les offices du tourisme

Dont le rôle principal est la promotion et le développement du tourisme dans une zone donnée par :

- Le recueil et le traitement d'informations et de statistiques ;
- L'élaboration et le contrôle de la réglementation en matière d'hébergement, d'agences de voyage et d'informations ;
- La préservation et la protection de l'environnement ;
- La promotion et la publicité dans le pays et à l'étranger.

### 4.3.3 L'organisation représentant une profession touristique au niveau national et international

- Fédération d'hôtelier ;
- Fédération de restauration ;
- Fédération des transports ;
- Fédération des agences de voyage

## VI. L'IMPORTANCE SOCIO-ECONOMIQUE DU TOURISME

Le tourisme est une activité économique majeure qui connaît un développement dynamique et qui a des implications économiques, sociales et même culturelles très importantes.

Le tourisme se caractérise par un grand nombre de petites et moyennes entreprises et son influence sur la croissance et l'emploi est remarquable. Il est bien souvent l'une des principales sources de revenus pour la population et constitue un excellent facteur de maintien d'un niveau d'emploi suffisant. Selon OMT « *Le tourisme est devenu l'un des principaux postes du commerce international. Aujourd'hui, le tourisme international est la quatrième source de recettes d'exportation après l'industrie pétrolière, chimique et automobile.* »<sup>40</sup>

A travers cette section, nous allons donner des repères globaux, situant, à travers d'indicateurs clés, l'importance mondiale de l'activité touristique.

---

<sup>39</sup> FRANCOIS VELLAS « Economie et politique du tourisme international » ; Edition Economica 2002 ; p176.

<sup>40</sup> www.OMC.org

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

## 1. SUR LE PLAN ECONOMIQUE

Le développement du tourisme génère plusieurs retombées économiques qui touchent essentiellement le secteur de l'emploi, l'investissement, l'apport en devises, le budget de l'Etat ; le taux de couverture du déficit commercial, etc.

### 1.1. TOURISME ET EMPLOI

Le tourisme figure parmi les premiers créateurs d'emplois dans le monde ; Il représentait plus de 235 millions d'emplois en 2010 (8 % du nombre total d'emplois dans le monde qui travaillent directement dans le secteur du tourisme). Les économistes s'attendent à ce que l'économie mondiale du secteur fournisse 296 millions d'emplois en 2019.<sup>41</sup>

Il convient de noter cependant, que la plupart de ces emplois sont faiblement qualifiés. Mais ils représentent un moyen de lutter contre la pauvreté dans les pays économiquement faibles et sont souvent un facteur d'intégration pour des populations particulières comme les femmes et les jeunes.<sup>42</sup>

Il existe différentes catégories d'emplois dans le tourisme, on trouve des emplois directs, indirects et induits.

L'**emploi direct** concerne les personnes directement employées dans l'industrie touristique autrement dit, l'emploi direct concerne les personnes qui sont employées dans l'un des métiers du tourisme.

- Les métiers du tourisme peuvent être répartis en 8 grandes familles :
  - les métiers de la restauration (cuisine et service en salle),
  - les métiers de l'hôtellerie et de l'hébergement,
  - les métiers du management,
  - les métiers liés aux loisirs et à l'animation,
  - les métiers de l'accueil,
  - les métiers liés à l'organisation des voyages,
  - les métiers liés à la promotion et au développement des territoires (offices du tourisme...),
  - Les métiers impactés par le tourisme : location de voitures, parkings, activités culturelles, shopping...<sup>43</sup>

L'**emploi indirect** est généralement celui des personnes qui travaillent pour des fournisseurs du secteur, comme les traiteurs de lignes aériennes, les services de buanderie, les traiteurs, les grossistes et les cabinets comptables ; les agences gouvernementales ; et les

---

<sup>41</sup> Outil sur la réduction de la pauvreté par le tourisme en zones rurales, bureau international de travail (BIT) PDF page 39.

<sup>42</sup> Ministère de l'artisanat, du tourisme et du tourisme en France : le tourisme « filière d'avenir » 2012.page 19.

<sup>43</sup> Ministère de l'artisanat, du tourisme et du tourisme en France op cit. page 21.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

sociétés qui fabriquent ou construisent des biens d'équipement, des biens d'exportation et des produits utilisés dans le tourisme, y compris l'acier, le bois, le pétrole, etc.

Les **emplois induit** : ce sont les travailleurs qui ne sont pas directement en relation avec le touriste mais qui voient leurs activités augmenter via la demande touristique. Cette catégorie représente l'ensemble des emplois pouvant être affectés par le tourisme.

En France, le total des emplois directs et indirects générés par l'activité touristique en 2012, généralement admis, est de l'ordre de 2 millions d'emplois<sup>44</sup>.

## 1.2 TOURISME ET INVESTISSEMENT (LES EFFETS D'ENTRAÎNEMENT DU TOURISME)

Le tourisme nécessite des investissements importants non seulement dans le secteur lui-même, mais aussi, dans les autres secteurs. Une industrie lourde du fait de l'importance des investissements à effectuer et du capital à mobiliser pendant une durée de moyen et long terme correspondant à la construction immobilière. L'investissement dans le tourisme et ses activités connexes est estimé par la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED) en 2012 à environ 10% du montant annuel des investissements mondiaux (1 200 Mds US\$).<sup>45</sup>

Le secteur touristique par ses besoins influe donc sur la création de nouvelles infrastructures vitales tant pour le secteur que pour les populations locales. On peut prendre comme exemple :

- Infrastructures de base : électricité, eau...
- Infrastructures de transports : aérien avec notamment les aéroports, routes...
- Infrastructures environnementales : traitement des déchets et des eaux usées...
- Infrastructures de communication : téléphone, Internet...
- Infrastructures de santé : hôpitaux...
- Infrastructures culturelles : valorisation du patrimoine historique et artistique...

## 1.3 FINANCEMENT DES INVESTISSEMENTS PUBLICS

Les taxations appliquées au secteur touristique contribuent à l'augmentation du budget de l'Etat au financement des investissements publics pour le développement de la communauté et de l'infrastructure de base, source et résultat à la fois de tout développement économique.

---

<sup>44</sup> idem.page 4

<sup>45</sup> Ministère de l'artisanat, du tourisme et du tourisme en France : op cit page30



# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

## 1.4 L'ACCROISSEMENT DU REVENU NATIONAL

D'après J. M. Keynes « l'investissement... engendre des vagues successives de revenus qui se traduisent par des dépenses de consommation nouvelles qui inciteront les entreprises à accroître leur production et engendreront de nouvelles vagues de revenus ». En France, la consommation touristique intérieure est évaluée à 137,6 Md€ en 2010 (dont 43,3 Md€ pour les visiteurs étrangers) et représente 7,12 % du PIB français.<sup>46</sup>

### ➤ Une source de devises pour toute l'économie

Nous avons noté précédemment que le tourisme est parmi les premiers piliers du commerce international et il représente l'un des premiers secteurs pourvoyeur de devises, il permet d'alimenter la caisse des banques centrales d'un flux énormes de devises.

Ces recettes touristiques permettent de couvrir un niveau plus au mois élevé du déficit commercial afin d'équilibrer les balances économiques du type balance des paiements et balance commerciale.

En France par exemple, le secteur du tourisme génère un solde positif de la balance des paiements de plus de 7 Md€ en 2011, mais évalué à 11,3 Md€ en 2012.<sup>47</sup>

## 2. ROLE SOCIAL

Le tourisme est un secteur qui n'a pas seulement un rôle important dans la sphère économique pour la création de la richesse des populations des destinations touristiques ; il contribue également à l'amélioration de la qualité de vie des populations et à mettre les individus et les communautés humaines en contact et à croiser cultures et civilisations.

D'un point de vue économique, le tourisme est le secteur qui produit les revenus les plus élevés, dans les plus brefs délais et avec les moindres investissements. Compte tenu du fait qu'il y a beaucoup de pays pauvres et de régions dans le monde qui ne possèdent pas suffisamment de ressources pour développer des économies industrielles, le tourisme devient une solution pertinente et rapide pour améliorer les conditions de vie et réduire la pauvreté.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Idem page 19

<sup>47</sup> Ministère de l'artisanat, du tourisme et du tourisme en France « filière d'avenir » 2012 op cit. page 19.

<sup>48</sup> Wafaa NASSER NASSER : « développement local, construction territoriale et tourisme : cas du liban », thèse de doctorat, université de Grenoble, page 17

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

## 2.1 LE TOURISME ET ELIMINATION DE LA PAUVRETE

L'OMT<sup>49</sup> a entamé des recherches et des consultations sur les rapports existants entre tourisme et pauvreté. Au cours des dernières années, les efforts à cet égard se sont intensifiés car il s'est avéré que ce secteur possède un énorme potentiel pour contribuer au combat mondial contre la pauvreté.

Toutefois, les différentes analyses faites ont conduit aux conclusions suivantes :

- Dans les pays en développement et notamment les PMA, les entreprises de tourisme sont presque partout la principale source de croissance économique, de devises, d'investissements et de création d'emplois.
- Le secteur de tourisme est un des rares domaines où tous ces pays possèdent un avantage comparatif potentiel.
- Il peut grandement contribuer au développement rural, à la modernisation de l'agriculture, au développement de la collectivité et à l'épanouissement de la société, notamment des femmes.
- Il peut aider à préserver la culture et le patrimoine : il y a d'excellents exemples dont on peut s'inspirer (conservation des sites archéologiques et commercialisation des produits artisanaux)
- La plupart des pays en développement pourraient parfaitement tirer parti du tourisme basé sur les patrimoines naturels et culturels si les conditions de base en matière de - transport, d'infrastructures et de durabilité étaient remplies.

Les pays développés, leurs institutions, leurs entreprises et les voyageurs eux- mêmes doivent aborder le tourisme dans une optique dynamique et y voir un catalyseur de la réduction de la pauvreté dans les destinations.

Le développement du tourisme s'accompagne souvent d'un bouleversement social et culturel. En effet, la conséquence économique du développement touristique de région représente de considérables avantages sociaux pour la population en place : création d'emplois, amélioration de l'équipement des régions et augmentation des revenus et du niveau de vie.

## 2.2 LA CONSERVATION DE L'HERITAGE CULTUREL

Les éléments de l'héritage culturel d'une zone ou d'une région donnée, constituent un objet d'attraction énorme pour les touristes et c'est ce qui explique dans une part assez importante la nécessité, voir l'obligation de leur conservation.

---

<sup>49</sup> Mémoire de Nouredine HADDAD, « Les déterminants du choix stratégique des entreprises touristiques », université de Tunis El Manar, Master 2005.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

En effet ; en s'associant avec la composante naturelle, ces deux facteurs constituent des atouts très importants pour le tourisme, ce sont les éléments les plus recherchés par les touristes.

## **2.3 LA CONSERVATION DES SITES ARCHEOLOGIQUES ET HISTORIQUES**

Les sites archéologiques et historiques constituent le patrimoine culturel irremplaçable en cas de détérioration, pour cela, l'application de frais d'accès aux musées et aux sites archéologiques, en particulier aux visiteurs étrangers, représente une forme d'aide ou d'assistance financière pour la maintenance de ces sites.

## **2.4 L'ECHANGE DE CULTURES**

Il se traduit par le contact entre les touristes et les résidents, en effet, de deux modes de vie différents, les touristes et les résidents sont confrontés pour l'un comme pour l'autre, à de nouvelles traditions et « normes » culturelles : les touristes s'accommodent et s'adaptent avec les traditions du pays visité, quant aux résidents, ils sont « flexibles » et acceptent les traditions et le mode de vie des visiteurs dans un cadre de respect mutuel et de tolérance.

Cette compréhension permet un échange culturel et une intégration dans un système différent du sien et de comprendre les bases culturelles d'autrui. Le développement du tourisme permet ce contact et par suite augmente l'intensité des échanges culturels.

Malgré les avantages importants du secteur du tourisme que se soit sur le plan économique ou sur le plan social et culturel, le tourisme provoque aussi des effets négatifs sur le développement du tourisme lui-même. Parmi lesquels nous pouvons citer :

### **1. LE CARACTERE SAISONNIER**

L'activité touristique se caractérise par la saisonnalité. Cette situation engendre des conditions de travail peu favorables qui ont, à leur tour, des répercussions négatives sur la qualité des services et la compétitivité des entreprises.<sup>50</sup>

L'emploi saisonnier et donc une réalité profondément structurante de ce secteur d'activité, et doit être prise en compte dans toute réflexion sur le développement de l'emploi dans ce secteur.

### **2. UN SECTEUR INFLATIONNISTE**

Ce phénomène inflationniste peut avoir deux conséquences principales. La première est que la hausse des prix des prestations touristiques dans un pays récepteur peut entraîner une érosion de la compétitivité des entreprises du tourisme sur le marché international (peut-être pas dans le choix du pays, mais souvent pour la durée du séjour). La seconde concerne les

---

<sup>50</sup> [www.insee.fr](http://www.insee.fr)

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

organisateurs de voyages qui rechercheront, d'abord, les pays dont l'avantage relatif en matière de prix des services touristiques est prononcé.

### 3. LES ATTEINTES AU PATRIMOINE NATUREL ET CULTUREL

La plupart des zones naturelles sont fragiles et peuvent être endommagées. Ainsi, que des comportements irresponsables peuvent également provoquer des incendies et perturber la vie sauvage. L'infrastructure érigée autour du site peut causer des dégâts supplémentaires, voire engendrer de graves problèmes de pollution, si le traitement des déchets et autres problématiques de même nature n'ont pas bénéficié d'une attention suffisante. Un préjudice peut également être causé au patrimoine culturel, surtout s'il est immatériel. Il existe, en effet, un risque réel d'assister à un processus de banalisation et de commercialisation excessive des traditions et des modes de vie qui pourrait, à terme, causer la perte même de leur authenticité et de leur valeur<sup>51</sup>.

### Conclusion

Pour conclure, nous pouvons dire que l'activité touristique avec ses différents types est liée à plusieurs aspects et critères d'où la difficulté de définition et de classification.

La disponibilité du temps libre, l'augmentation des revenus, la tendance des prix, la stabilité socio-économique des sociétés et la variété de l'offre touristique (naturelle, dérivée) sont autant de facteurs qui déterminent le niveau de la demande touristique.

Le développement de l'offre du produit touristique d'un pays s'inscrit dans le cadre d'une politique de développement de l'activité touristique où les acteurs du tourisme intervient afin d'atteindre cet objectif. Le développement de l'économie du tourisme dépend donc de la capacité de ses acteurs à comprendre les évolutions du marché, les attentes des clients et à proposer les services qui vont attirer de nouveaux flux de clientèles.

A travers ce chapitre, nous avons vu que le tourisme présente un rôle ambigu car il relève d'une double problématique<sup>52</sup> :

- Il structure l'économie à travers ses bienfaits nombreux concernant tous les volets (social, économique, culturel) Cette activité qui dynamise l'économie nationale par ses effets tels que la création d'emploi, l'apport en devise, la réduction de la pauvreté et l'augmentation du niveau de vie des populations en général. Il est un facteur très important au développement régional et local.
- Il déstructure l'économie par ses contraintes qui ne sont pas seulement d'ordre économique (inflation, caractère saisonnier des emplois....) mais aussi d'ordre

---

<sup>51</sup> Mémoire de Nouredine HADDAD, « Les déterminants du choix stratégique des entreprises touristiques », université de Tunis El Manar, Master 2005.

<sup>52</sup> LILIANE BENSACHEL : «le tourisme, facteur de développement local », Edition PUG ,1999 page 30.

# Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme

---

sociale tels que la criminalité, le terrorisme, dégradation de la culture ...etc. ces contraintes doivent être prisent en considération.

Après avoir présenté au sein de ce chapitre le sous-bassement théorique relatif à notre recherche, nous tenterons à travers le chapitre suivant de présenter le contexte dans lequel s'inscrit notre étude.

# **Chapitre 2 :**

**L'offre touristique de la  
wilaya de TIZI OUZOU**

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Chaque région, chaque territoire possède des spécificités qui permettent de le différencier dans le cadre des avantages comparatifs, de l'identifier dans un contexte de concurrence spatiale forte et surtout d'attirer les touristes pour les découvrir.

La Grande- Kabylie est considérée comme l'une des régions d'Algérie la plus remarquable tant par la diversité que par la qualité de ses spécificités touristiques.

De part la variété de ses richesses naturelles, la wilaya de Tizi Ouzou est considérée comme une des régions les plus touristiques du pays. Elle dispose en effet d'importantes potentialités touristiques d'une grande variété qui font d'elle une destination idéale. Elle renferme un potentiel naturel alternant entre un tourisme culturel (sites archéologiques et historiques), balnéaire (région côtière) et climatique (région de montagne) auquel il faut ajouter une richesse artisanale.

Dans ce présent chapitre ; nous allons mettre l'accent sur les spécificités de l'offre touristique de notre zone d'étude « wilaya de Tizi Ouzou » et leurs mise en exploitation à travers l'histoire d'une part et les acteurs qui activent pour informer, aider, conseiller, assister, héberger les touristes et surtout valoriser et développer le secteur touristique dans la wilaya.

Le chapitre est scindé en quatre sections, une première section intitulée présentation de la wilaya de Tizi Ouzou où l'accent sera mis sur les données géographiques, démographiques et économiques de la wilaya.

Une deuxième section qui traitera des spécificités de l'offre touristique de la wilaya Tizi Ouzou.

Une troisième section qui traitera de l'évolution du tourisme dans la wilaya de 1962 à nos jours et enfin, une quatrième section qui représentera les acteurs de l'activité touristique dans la wilaya et leurs tâches pour développer cette activité.

### **I. PRESENTATION DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU**

La connaissance d'une région doit passer par la présentation de ses caractéristiques générales, ces dernières concernent principalement le cadre géographique, démographique et économique.

Dans cette section, nous allons présenter la wilaya de Tizi Ouzou dans son aspect géographique, démographique et économique.

Cette analyse est faite sur la base des données et informations collectées auprès de différentes directions de la wilaya.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

### 1. PRESENTATION GEOGRAPHIQUE

La wilaya de Tizi-Ouzou est une wilaya algérienne située dans la partie nord centre de l'Algérie (région de la Kabylie) au plein cœur du massif du Djurdjura. Le chef-lieu de la wilaya (la ville de Tizi-Ouzou) se trouve à 102 Kilomètres à l'est d'Alger, la capitale.

Elle s'étend sur une superficie de 2957.94 km<sup>2</sup> soit 0.13% du territoire national avec une population de 11 27166 habitants soit une densité de 381habitants/Km<sup>2</sup> en 2013, elle est bordée sur 85 km par la méditerranée au Nord, par la wilaya de BROUIRA au sud, la wilaya de BEJAÏA à l'Est et la wilaya de BOUMERDES à l'Ouest.

Elle est comprise entre les coordonnées angulaires suivantes :

- 36° 28' latitude Nord ;
- 36° 55' latitude Nord Et ;
- 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 chaîne cristalline du Djurdjura ;
- A l'est : le massif de l'Akdafou
- A l'Ouest : des collines et des vallées

Ses distances par rapport aux principales villes du pays (en Km) sont représentées dans le tableau suivant :

**Tableau n°3 : Distances de la ville de T.O par rapport aux principales villes du pays**

Wilaya de Tizi Ouzou			
EST	NORD	OUEST	SUD
A 133 Km de BEDJAIA	Mer méditerranée	A 52 de BOUMERDES	A 76 Km de BUIRA

Source : Annuaire statistique de la wilaya de T.O 2012

La carte suivante nous montre les limites géographiques de la wilaya de Tizi Ouzou ainsi son découpage administratif.



## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

Carte n° 1 : La carte de la wilaya de Tizi Ouzou



Source : Monographie de la wilaya de Tizi Ouzou , 2013.

### 1.1 LE RELIEF

Le relief de la wilaya de Tizi Ouzou est caractérisé par une diversité de formes et d'éléments du paysage (littoral, piémonts, plaines, rivières, vallées, etc.), mais il demeure marqué par la prédominance des montagnes d'où un relief montagneux fortement accidenté qui s'étale sur une superficie de 2780 km<sup>2</sup> soit 94% de l'ensemble de la superficie de la wilaya. Trois zones de relief sont à distinguer :

**1.1.1 La zone de montagne** : avec ces branches parallèles d'est en ouest qui englobe :

- **La chaîne côtière** : et son prolongement oriental, le massif de YAKOUREN. Elle présente une orientation Est-Ouest bien distincte. Cette chaîne se présente comme un arc montagneux parallèle au littoral, traversée par des dépressions synclinales, à l'origine de l'existence d'un relief morcelé. L'altitude maximale se situe dans la partie Est au niveau de Djebel Targot (1.278 m).

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Elle comprend en gros le territoire situé de la rive droite de SEBAOU jusqu'à la mer soit la totalité des communes relevant des daïras de TIGZIRT, MAKOUA, OUAGUNOUN, AZEFFOUN et AZAZGA ainsi que la commune de SIDI-NAAMANE rattachée à la daïra de DRAA-BEN-KHEDDA soit 21 communes au total.

• **Le massif central** : bien délimité à l'ouest et situé entre l'Oued SEBAOU et dépression de DRAA-EL-MIZAN, OUADHIAS. Il a des limites moins nettes à l'Est où il bute contre le DJURDJURA.

Le massif central comprend presque la totalité des daïras de DRAA-BEN-KHEDDA, LARBAA-NATH-IRATHEN, et une partie des daïras de DRAA-EL-MIZAN, BOGHNI et AIN-EL-HAMMAM.

Le massif central est ancien (1ère primaire) et se distingue par des formes tantôt larges et arrondies du fait de l'érosion et tantôt étroites et aiguës. Ces altitudes se situent en général entre 800 et 1 000 mètres.

De nombreux Oueds provenant du DJURDJURA (OUAD-AISSI, OUAD- KSARI, RABTA) ont entaillé le massif et les pentes sont presque toujours élevées (supérieures à 12%).

- **Le Djurdjura** : souvent synonyme de Kabylie et n'occupant en fait qu'une partie restreinte de la wilaya, dans sa partie méridionale.

Une quinzaine de communes se trouvent en partie ou en totalité sur les contreforts de la chaîne toutes comprises dans les daïras d'AIN-EL-HAMMAM, BENI-YENNI, OUACIFS, BOGHNI et OUADHIAS.

Cet important massif montagneux est une barrière naturelle caractérisée par une succession de crêtes calcaires très découpées. Cette zone se caractérise par une altitude moyenne de 1.000 m et des pentes fortes et très fortes, supérieures à 40%.

La chaîne se déploie d'Ouest en Est dans la partie Sud de la wilaya en une véritable barrière d'altitude souvent supérieure à 2 000 mètres.

Quelques cols (TIZI-N'KOUILAL, TIROURDA, CHERATTA) à l'importance stratégique et historique connue permettent de rejoindre aisément les régions de BOUIRA et de BEJAIA.

Selon l'annuaire statistique 2012 :

- Sur les 67 communes que compte la wilaya de Tizi-Ouzou 51 communes sont classées en moyennes montagne, dont 42 communes en étage inférieure avec des altitudes allant de 400 à 800 mètres, et 09 communes en étage supérieure avec des altitudes allant de 800 à 1200 mètres.
- 3 communes sont classées en haute montagne avec des altitudes dépassant les 1200 mètres.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

- Et seules 13 communes sont classées en zone de piémont avec des altitudes inférieures 400 mètres.

**1.1.2 La zone de TOUARES :** avec collines argileuses (piémonts).

**1.1.3 La zone de VALLEES :** plaine et dépression (vallée du Sebou, la plaine côtière d'AZEFFOUN et la dépression de DRAA-EL-MIZAN qui s'arrête aux abords d'OUADHIAS.

### 1.2 LE CLIMAT

Le climat de la région de Tizi Ouzou appartient au domaine « tempéré chaud » de type méditerranéen qui présente deux grandes caractéristiques :

- Un été sec, chaud et bien ensoleillé où les précipitations sont très faibles.
- Un hiver pluvieux et froid, avec un volume de précipitation supérieur à 600 mm.

### 1.3 ACCESSIBILITE

Le transport occupe une place importante dans l'économie et le développement des pays, car il assure non seulement les déplacements entre les différentes régions mais il participe aussi à l'organisation des villes et au désenclavement des régions éloignées.

Pour que le système de transport soit efficace il doit reposer sur une bonne infrastructure de base.

#### 1.3.1 Réseau routier

La wilaya de Tizi Ouzou est dotée d'un réseau routier composé de 4965 Km. Dont 12.27% de routes nationales, 13.15% de chemins de wilaya et 74.58% de chemin communaux. L'aménagement des réseaux routiers de la wilaya contribue au désenclavement de l'espace rural, à l'accélération du processus d'urbanisation, à la mobilité démographique et à la concentration des activités économiques dans des espaces bien desservis.

L'espace de la wilaya s'articule autour de trois (03) principaux axes routiers d'importance capitale pour les échanges de développement interrégionaux.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Monographie de la wilaya de Tizi Ouzou 2009.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### **1<sup>er</sup> AXE : « LA RN 12 » :**

C'est l'axe central de circulation qui traverse la wilaya d'Est en Ouest sur une longueur de 80,1 Kms et passe par les grands centres urbains : YAKOUREN – AZAZGA-TIZI-OUZOU-DRAA-BEN-KHEDDA et TADMAIT et dessert la RN5 dans la wilaya de BOUMERDES qui mène vers la capitale.

### **2<sup>ème</sup> AXE : « LA RN 24 » :**

C'est l'axe du littoral. Il prend naissance de « cinq (05) maisons » (Wilaya d'Alger), traverse la wilaya de Boumerdès tout en longeant le littoral et dessert les chefs-lieux de Tizirt-Azeffoun et aboutit à Bejaia.

### **3<sup>ème</sup> AXE : « La RN 30 » :** (Carrefour RN 25, Draa-El-Mizan - Col de Tizi-N'Koulal).

Cet axe de deux voies joue le rôle de liaison avec la wilaya de Bouira. En commençant de Drâa-El-Mizan, il traverse la wilaya d'Est en Ouest et dessert plusieurs agglomérations chefs-lieux de communes : Ain Zaouia, Boghni, Mechtras, Tizi-N'tleta, Ouadhias et Iboudrarène en passant par le pont de Takhoukt.

Ces routes nationales constituent un ensemble de pôles reliés entre-eux. Elles créent un espace continu où les distances-temps varient graduellement. Au long des axes routiers se développent de nombreuses activités économiques : industrie, service, agriculture, petits métiers. Celles-ci utilisent les routes pour leurs approvisionnements et leurs expéditions.

La wilaya est dotée aussi de routes moins importantes (CW et CC) tel que

- Le CW140: Allant de Mechtras à Tizi-Ouzou (RN 12) et desservant les chefs lieux de Souk-El-Tenine et Mâatkass.
- Le CW 100 : Allant du chef lieu d'Ouadhias à Tizi-Ouzou (RN 12) et desservant les chefs lieux de Béni-Douala et Beni-Aissi.

Malgré son relief accidenté, le réseau routier de la région est relativement dense avec une densité de 1,436 Km/Km<sup>2</sup>. Ces routes sont dans un état relativement convenable avec des ruptures marquant le passage d'une route bonne à une autre moins bonne ou mauvaise.

### **1.3.2 Réseau ferroviaire**

Le réseau ferroviaire est à la fois une voie de desserte et de relation, plus que la route, la voie ferrée reste un moyen d'échange dans le domaine de transport terrestre.

La wilaya de Tizi Ouzou dispose d'une ligne (une seule voie) de 18Km qui a été remise en service en juillet 2009 après 15 ans d'arrêt, elle relie les agglomérations de Tizi Ouzou, Draa Ben Khedda, Tadmait à la ville de Thenia de la wilaya Boumerdes. (Actuellement elle est à l'arrêt).

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Un projet d'électrification de la ligne qui sera en grand rapport pour l'intégration régionale de la wilaya de Tizi Ouzou est en cours de réalisation qui va jouer un rôle important dans le développement urbain de la wilaya.

### 1.3.3 Les infrastructures portuaires

La wilaya de Tizi-Ouzou dispose d'une importante façade maritime, mais ses infrastructures portuaires se limitent aux :

- Port mixte de pêche et de commerce d'Azeffoun, qui se caractérise par une longueur totale de quais de 548 ml dont : un quai d'armement et de maintenance de 108 ml, un quai de commerce de 135 ml, un quai de pêche de 260 ml et un quai de carburant de 45 ml.
- Port mixte de Pêche et de plaisance de Tizirt qui se caractérise par une longueur totale de quais de 410 ml, dont : un quai de pêche de 195 ml, un quai de plaisance de 150 ml et un quai de débarquement de 65 ml.

Cependant ces deux ports n'assurent pas le transport de voyageurs, n'ayant ainsi aucun rôle dans l'accessibilité et la mobilité de la wilaya.

## 2. POPULATION ET EMPLOI

La population de la wilaya de Tizi Ouzou est évaluée à 1152465 habitants à la fin de l'année 2012 soit une densité de 389 habitants /Km<sup>2</sup>. Elle représente un poids statistique 3.24% de la population totale de l'Algérie qui s'élève à la même date à 35, 5 millions d'habitants.

La population ayant un âge inférieur à 15 ans représente 21% de la population totale, constituerait dans les années à venir une importante ressource humaine

Le marché de l'emploi de la région se caractérise d'abord par la présence d'une population active importante et jeune, La population de la wilaya est majoritairement jeune avec 59,21% de population dont l'âge est compris entre 20 et 59 ans (2012). Ce gisement de mains d'œuvre n'est pas toujours utilisé en raison d'un taux de chômage élevé estimé à 22.48% en 2012 qui est un taux relativement élevé par rapport au taux de chômage national qui avoisine les 10%.

La situation de l'emploi de la wilaya de Tizi-Ouzou sera présentée dans le tableau suivant :

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

**Tableau n°4 : Principaux indicateurs de l'emploi à Tizi-Ouzou au 31/12/2012**

Indication	Fréquence
Population total	1 152 465
Population en âge de travailler	795621
Population active	403583
Population occupée	312821
Population en chômage	90762
Taux de chômage	22,48%

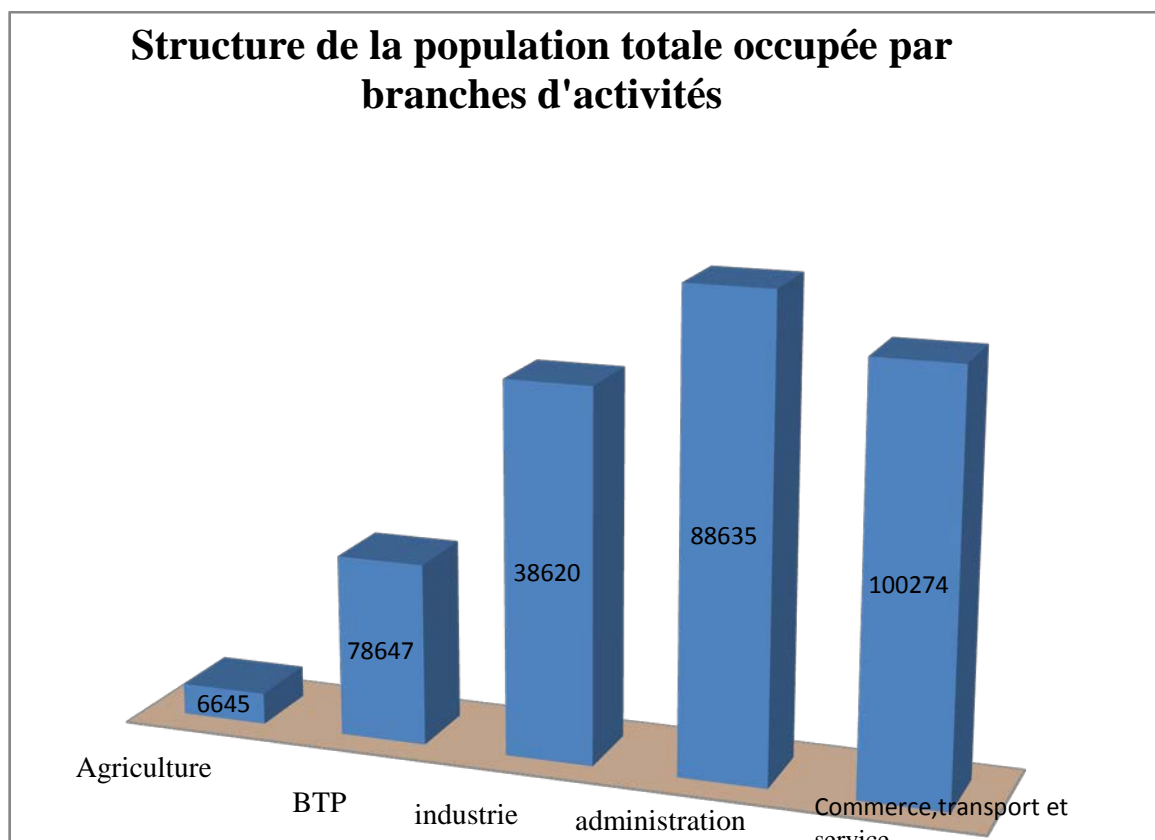
Source : Omar BABOU « L'économie informelle en Algérie. Analyse à travers une enquête mixte (ménages/entreprises) dans la wilaya de Tizi-Ouzou » ; cahier de l'ATM, 2014.

La population active s'élève à 403583 habitants soit un taux d'activité de 50.72% de la population en âge de travailler.

La population occupée est estimée de 312821 habitants donc un taux d'occupation de 39.38% de la population en âge de travailler.

La répartition de la population occupée par secteur d'activité sera représentée dans le graphique suivant :

Graphes n°1 : Structure de la population totale occupée par branches d'activités



Source : annuaire statistique de 2012

D'après le graphique nous constatons que les secteurs commerce, transport et service et le secteur d'administration occupent respectivement la première et la deuxième place dans l'absorption des emplois avec un taux de 32,05% et 28,33%.

En troisième position figure le secteur de l'industrie avec une population occupée de 38620 habitants suivi par les secteurs BTP avec 78647 occupés et en dernière position se trouve le secteur agricole.

La lecture du graphique nous renseigne aussi que le secteur tertiaire est le secteur le plus créateur d'emploi du fait que la majorité de population occupée travaillent dans ce secteur, suivi par le secteur secondaire puis le secteur primaire.

Le secteur touristique n'apparaît pas dans cette représentation ce qui nous renseigne sur la marginalisation de ce secteur dans la wilaya et sa faible capacité dans la création des postes d'emploi.

Selon la direction de la wilaya de Tizi Ouzou, le nombre d'employés dans le secteur touristique en 2012 est présente répartie suit :

- 632 employés dans l'hôtellerie
- 26 employés dans les restaurants classés
- 78 employés dans les agences de tourisme et de voyage.

### 3. PRESENTATION ECONOMIQUE

La vie économique dans la région de Tizi Ouzou repose sur toute une diversité de secteurs d'activités (industrie, agriculture, activités tertiaires et la pêche).

#### 3.1 LE SECTEUR AGRICOLE

Le secteur agricole reste dominé par les cultures permanentes et maraîchères, dont la production est insuffisante pour satisfaire les besoins de la région. En effet, la surface agricole utile (SAU) de la région est de 98 842 ha (soit 33,42% de la superficie totale de la région). L'activité agricole risque de disparaître du fait que les ressources minérales et énergétiques sont inexistantes,

La place de l'agriculture dans l'économie de la région est à la fois modeste et essentielle ; elle est modeste par ses capacités productives, son offre limitée, ses structures et son évolution. Elle est essentielle car de tout le temps, la région a une vocation agricole.

De par l'aspect du relief de la wilaya on distingue plusieurs zones de potentialités qui correspondent à des types d'agriculture bien différenciés :<sup>2</sup>

**LA ZONE 1 :** Cette zone composée de vallées et plaines dont la pente est inférieure à 3% présente une nature du sol à prédominance limono sableuse et une pluviométrie supérieure à 600 mm d'eau par an.

**LA ZONE 2 :** C'est la zone des bas piémonts. Les caractéristiques de cette zone s'apparentent à la précédente avec cependant une pente des terrains comprise entre 3 % et 12,5%.

**LA ZONE 3 :** C'est la zone des hauts piémonts, elle englobe des terres présentant une pente comprise entre 12,5% et 25% avec une superficie de 92 940 hectares soit 31,42 % du territoire de la wilaya.

**LA ZONE 4 :** C'est la zone des massifs montagneux de l'intérieur où la pente des terrains est supérieure à 25%. L'arboriculture rustique est dominante (oliviers et figuiers).

#### 3.2 LE SECTEUR INDUSTRIEL

Le secteur industriel de la région a connu ces dernières années un certain dynamisme porté notamment par la contribution du secteur privé. Ce secteur est représenté essentiellement par un ensemble de PME.

---

<sup>2</sup>ANDI de Tizi Ouzou 2013, PDF



## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Le secteur industriel public est représenté dans sa majorité par la grande industrie. La région a bénéficié, dans le cadre des premiers plans de développement de l'Algérie, de plusieurs complexes industriels

De grandes entreprises sont installées dans la wilaya de TIZI-OUZOU notamment dans la zone industrielle IDIR AISSAT (OUED AISSI) située à 10 km à l'est de Tizi-Ouzou et celle de FREHA à 30 km.

- Laboratoire NOVO NORDISK : entreprise pharmaceutique danoise, Z.I IDIR AISSAT (OUED AISSI).
- ENIEM: entreprise nationale, de production d'électroménager, Z.I IDIR AISSAT (OUED AISSI).
- FRIGOR : entreprise algérienne de production de petit et gros électroménager, Z.I IDIR AISSAT (OUED AISSI).
- ENEL : entreprise nationale, complexe des moteurs électriques, située à TALA OUSSALEM près d'AZAZGA.
- Chocolaterie OLYMPIC : producteur de chocolat, située à BOGHNI.
- GINI GLACES : production de sorbets et crèmes glacées, Z.I FREHA.
- TIZI PATE : fabricant de spaghetti à TIZI-OUZOU.
- ENEL FREHA : complexe d'équipements électriques.
- Briqueterie (complexe de produits rouges) à IRDJEN.
- Complexe de produits laitiers de DRAA BEN KHEDDA
- Complexes textiles et produits dérivés à DRAA BEN KHEDDA et à AIN EL HAMMAM.
- Complexe d'eau minérale LALLA KHEDIDJA de CEVITAL D'AGOUNI GUEGHRANE.
- Usine de fabrication de meubles et mobilier de bois (SNLB) à TABOUKIRT.

Il faut noter que ces grandes entreprises ont un rôle très important dans la création d'emploi du fait que le nombre d'effectif employé dans chaque grande entreprise dépasse les 300 employés.

La wilaya possède :

- 1 zone industrielle opérationnelle, sise à Oued Aissi ;
- 17 zones d'activités réparties sur la wilaya.

### 3.3 LE SECTEUR TERTIAIRE

Les activités de service dans la wilaya concernent en premier lieu les services administratifs qui se concentrent dans les zones urbaines en particulier le chef-lieu de la wilaya (une zone administrative située en chef-lieu regroupe plusieurs administrations publiques : siège de la wilaya, plusieurs directions, etc). En second lieu, on trouve les services financiers et quasi financiers assurés par les agences bancaires et celles des assurances.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

L'activité commerciale dans la région est très développée en raison de son caractère lucratif, l'existence d'infrastructures de liaison importantes et l'ouverture du marché algérien aux produits importés. Le commerce de détail reste le plus intense et concerne en premier lieu l'alimentation générale, l'électroménager et l'habillement.

Il ya lieu de noter que l'activité informelle à TIZI-OUZOU tient une place importante et prend plusieurs formes : trabendo, les commerçants non inscrit au registre de commerce et les commerçants qui travaillent sans factures.

L'informel touche tous les secteurs d'activités l'agriculture, BTPH, industrie et en particulier le commerce.

Les produits commercialisés dans la sphère informelle, les cigarettes, l'habillement, les produits cosmétiques, les fruits et légumes, la casse de voitures, les devises étrangères.....etc.

### **3.4 SECTEUR DE LA PECHE**

La pêche est un secteur en pleine essor à Tizi-Ouzou. L'activité de la pêche est pratiquée essentiellement au niveau des ports de Tigzirt et d'Azeffoun.

La production halieutique au cours de l'année 2012 a atteint 1665,043 tonnes dont 82,18% de poissons bleus, 12% de poissons blancs et crustacés et 5,34% de squales et d'espadons. C'est une production qui demeure nettement insuffisante puisqu'elle ne représente que 20.81% du stock potentiel pêchable de la wilaya (8 000 tonnes).

Les deux ports de la wilaya sont occupés par des petits métiers (petites embarcations de 04 m destinées à la petite pêche côtière). Des investisseurs ont commencé à acquérir de grandes embarcations chalutiers, thoniers, sardiniers ...

## **II. L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA WILAYA DE TIZ OUZOU**

Autant d'éléments naturels culturels et artisanaux peuvent faire de la wilaya de Tizi Ouzou une destination touristique de premier choix et augmentant son attractivité par rapport à d'autres destinations nationales. Cette section fera l'objet de présenter les atouts touristiques de la wilaya de Tizi Ouzou.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### 1. LES POTENTIALITES NATURELLES

La Kabylie regorge des potentialités touristiques certaines, de par sa situation géographique privilégiée et de ses importantes ressources naturelles qui se présentent comme suit :

#### 1.1 LE LITTORALE

Le littoral constitue certainement l'une des principales potentialités de la wilaya de Tizi Ouzou constitué de magnifiques plages surplombées par une chaîne de montagnes entièrement couvertes de forêts ou de végétations cela donne un paysage sauvage et escarpé ce qui en fait une destinations des plus prisée. Il s'étale sur 85 Km valorisé par deux ports (Azeffoune et Tigzirt).

Le littoral est un milieu vital pour le tourisme balnéaire, En effet, ce dernier s'organise grâce à la mer, qui doit impérativement rester un milieu saint et un endroit de détente et de repos.

Cette forme de tourisme est la plus développée à Tizi-Ouzou, ses 12 plages reçoivent un grand nombre d'estivants venant de toutes les régions du pays et même des étrangers. Ce nombre n'arrête pas de s'accroître d'une année à une autre.

Le littoral de la wilaya est connu par ces deux zones côtières : Tigzirt et Azeffoun où on compte 12 plages dont 7 sont autorisées à la baignade :

La daïra de Tigzirt qui s'étend sur une façade maritime d'environ 35Km, possède 7 plages de différentes caractéristiques dont 3 seulement qui son autorisées à la baignade<sup>3</sup>

- **La plage de Tassalast** : située du coté ouest de Tigzirt avec une longueur de 900m et un sable de bonne qualité elle se caractérise par son entourage par un maquis, ce qui permet au visiteur de se sentir plus près de la nature.
- **La grande plage** : située à Tigzirt centre dans le tissu urbain, ce qui fait d'elle la plus fréquentée par les estivants.
- **La plage de feraoun** : située à 600m de la ville Tigzirt et séparée par une rivière en deux parties : Feraoun I qui appartient à la commune de Tigzirt et Feraoun II qui appartient à la commune d'Iflissen.

La zone d'Azeffoun compte quatre plages autorisées à la baignade, et qui sont retenues comme zone d'expansion touristique :

- **Plage de carroubier** : située à 1.5 km à l'ouest d'Azzefoun, très bonne plage, bien abritée et surtout surveillée.

---

<sup>3</sup> Informations collectées au prés de l'APC de la commune du Tigzirt

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

- **La plage du centre d'Azzefoun** : située devant l'agglomération d'Azzefoun caractérisée par son haut facteur de sécurité ce qui fait d'elle ; la plage la plus fréquentée dans la région.
- **La plage Sidi Khelifa** : située dans la commune d'Ait Chaffaa à l'est du cap corbelin avec une longueur de 2500 m .
- **La plage de petit paradis** : située à 2km à l'est de Sidi khelifa, une très bonne plage avec un sable doré.

Le tableau suivant représente les 12 plages de la wilaya.

**Tableau n°5 : Plages autorisées et non autorisées à la baignade de la wilaya**

Nombre de plages autorisées à la baignade	Nombre de plages interdites à la baignade	Total
<b><u>Azzefoun :</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Plage Caroubier</li><li>➤ Plage du centre</li><li>➤ Plage Sidi-Khelifa</li><li>➤ Plage du petit</li></ul> <b><u>Tigzirt :</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Plage Tassalast</li><li>➤ Grande Plage</li><li>➤ Plage Feraoun (Est-West)</li></ul>	<b><u>Azzefoun :</u></b> Plage Tala n'Tikit <b><u>Tigzirt :</u></b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Plage Zeguzou</li><li>➤ Plage Abechar</li><li>➤ Plage Sidi-Khaled</li><li>➤ Plage Mazer</li></ul>	<b>12</b>
<b>07</b>	<b>05</b>	<b>12</b>

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de T.O

### 1.2 LA MONTAGNE

La wilaya de Tizi Ouzou disposant d'une nature généreuse, d'une ouverture végétale très importante et d'un massif montagneux très bien exposé.

Les montagnes dominent la région de Tizi Ouzou, elles occupent presque la totalité du territoire de la wilaya. Par la variété de leurs aspects topographiques, offrent plusieurs paysages : cols, gorges, pics, collines, plateaux...ainsi qu'une richesse faunistique et floristique. Ces montagnes sont loin d'être explorées et restent à l'écart de toute activité touristique.

#### – Le massif du djurdjura

Le massif du Djurdjura constitue un immense gisement de pôles touristiques intégrant une infinie variété de produits. Tala-Guilef, Lalla-Khedidja, le lac d'Agoulmine, le Gouffre de Boussouil (1259 m) les grottes du Macchabée, le Pic d'Azrou N'Thour, les cols de Tirourda

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

(1700 m) et de Tizi-N'kouilal (1600 m) sont parmi les sites les plus connus du Parc National du Djurdjura, favorables à la pratique du tourisme de montagne.

Le Djurdjura est formé il ya 250 million d'années recèle des sites pittoresques, d'une beauté inégalable, tous le massif mérite l'attention des scientifiques, touristes et sportifs <sup>4</sup>:

-des spéléologues pour des missions d'exploration des gouffres et autres grottes.

- des hydrologues pour y découvrir des sources d'eau vu le besoin de plus en plus grand en eau potables.

- des visiteurs pour les curiosités naturelles et culturelles.

- des randonneurs pédestres en toutes saisons pour l'oxygénation et la lubrification des organes du corps.

### 1.3 LES FORETS

Les massifs forestiers de la région de Tizi Ouzou couvrent une superficie totale de 112000 Ha dont 41 % de forêt. Ce patrimoine est réparti entre forêts dense et claire, ces forêts offrent l'image d'un beau tapis végétal riche de plusieurs espèces. L'essence forestière en flore est constituée essentiellement de chêne-liège et d'autres espèces comme le pin d'alpe, le chêne zen, le chêne vert...

Parmi les forêts de la wilaya de Tizi Ouzou nous pouvons citer :<sup>5</sup>

- **La forêt de l'Akfadou** : elle s'étale sur 4632 ha, elle est caractérisée par une mosaïque de peuplement et une diversité floristique remarquable.
- **La forêt de Béni Ghobri** : elle s'étend sur 5710ha, La forêt est constituée de chêne liège, chêne zen et chêne afars.
- **La forêt de TAMGOUT** : Elle occupe une surface de 3700ha, le chêne liège constitue la végétation dominante avec une présence de chêne zen et chêne Afars sur les hauteurs.

---

<sup>4</sup> MOHAND AMRNE YAKER : « le DJURDJURA, une montagne à protéger », APW, 2010, page 7.

<sup>5</sup> La place du secteur des forêts dans le développement local : direction de la conservation des forêts de la wilaya de Tizi Ouzou ; PDF

### 2. LES POTENTIALITES CULTURELLES

En plus des potentialités naturelles, la wilaya de Tizi Ouzou est riche aussi par sa culture qui est liée à son histoire constituant un patrimoine riche et varié.

#### 2.1 SITES HISTORIQUES ET ARCHEOLOGIQUES

La Kabylie qui a subi différentes invasions dans son histoire, est connue pour la richesse de ses vestiges historiques.

A elle seule, la wilaya de Tizi Ouzou abrite 202 sites culturels immobiliers éparpillés à travers ses 21 daïras.

On y trouve des monuments historiques de différentes époques, allant des vestiges laissés par l'homme préhistorique à ceux légués par la colonisation française, en passant par les édifices turcs et les ruines romaines. On peut aussi y trouver des traces de fermes, d'huileries, des vestiges de pressoirs et pierres de taille de l'industrie lithique, des pressoirs creusés dans le roc, des peintures rupestres et des inscriptions libyques, des nécropoles, et des traces de ports antiques.

Les villages traditionnels kabyles constituent aussi une importante richesse pour la wilaya en raison de son histoire, son architecture, ses métiers traditionnels et son organisation sociale.

Parmi les sites historiques et culturels :

- Les ruines romaines de Tigzirt et Azeffoun et Djemaa Saharidj.
- Site historique de Thakhlouith n'Fatma n'Soumer: situé dans la Commune d'Iferhounen
- Site historique : Maison des Ath Kaci : situé dans la Commune de Tizi-Ouzou.
- La Zaouïa de Sidi Ali Moussa Classée patrimoine culturel : situé dans la commune de Souk El Thenine.
- Village traditionnel kabyle d'Ath El Kaïd : situe dans la commune d'Agouni Gueghran.

La plus grande partie de ce patrimoine archéologique se trouve dans la zone côtière de **Tigzirt et Azeffoun.**

A ces sites historiques s'ajoutent les traditions, la langue berbère, les fêtes et les festivals qui peuvent aussi enrichir l'attractivité de la wilaya.

- Le festival de la poterie qui se déroule annuellement en mois de juin à Maatkas, où les artisans de toute l'Algérie exposent leurs créations.
- Le festival de tapis d'Ath Hicham qui se déroule annuellement en mois de juillet à Ath Yahia à Ain El Hammam
- Le festival de la robe kabyle qui se déroule chaque année à Illoula Oumalou à Bouzguene.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

- La fête du bijou qui se déroule à Ath Yenni chaque mois de juin.
- la fête du couscous roulé à la main qui s'organise annuellement à Frikat.
- La fête de figue qui se déroule chaque année le mois de septembre (la première édition était en 2012) à Lemssela à Illoula Oumalou.
- La fête des cerises à Labaa Nath Irathen qui se déroule annuellement le mois de mai.

### 3. POTENTIALITES ARTISANALES

L'artisanat est une forme d'activité de métier essentiellement manuel ou l'outillage mécanique et semi mécanique prennent une place minimale.

La wilaya de Tizi Ouzou est suffisamment connue pour ses intenses activités artisanales, elle tient une position très distinguée dans ce domaine en Algérie.

L'artisanat kabyle, héritage d'une vieille civilisation, expression d'un peuple artiste qui s'exprime par la poterie, la bijouterie, le tissage, la sculpture, la vannerie, la peinture, la musique, la danse....

#### 3.1 POTERIE

Le travail de la poterie peut être considéré comme le travail le plus authentique de la Kabylie, c'est une activité typiquement féminine qui présente un exemple de la maîtrise de l'homme des éléments naturels qu'il a su apprivoiser pour produire des objets usuels pratiques et esthétiques.

On distingue deux types :

- une poterie sans décoration destinée pour les ustensiles de cuisine, en effet, c'est les plats destinés au four qui ne possèdent pas d'éléments décoratifs ;
- et une autre dite esthétique pour la décoration qui se caractérise par un répertoire de symboles et de gravures kabyles très riche datant de la préhistoire, très appréciée des touristes.

Avec ses formes, son esthétique, son usage et le répertoire de ses motifs décoratifs, la poterie Kabyle traduit la civilisation matérielle et immatérielle et surtout la personnalité de la région qui présente son identité culturelle. Il existe neuf centres de production (Ain Zaouia, Agouni Guerhran, Ait Keir, Ait Mendes, Ait Kouffi, Bounouh, Draa El Mizan, Matkaas et Oudias) réparties sur le territoire de la wilaya qui sont chargées de sauvegarder et de préserver cette activité, les plus connues sont :

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### – Ait-Kheir

Les femmes d'Ait-Kheir travaillent l'argile depuis les temps anciens et modèlent, cuisent et décorent plats, marmites, jarres, cruches...et cela grâce à la qualité de la terre de ce village et à son abondance.

La poterie d'Ath-Kheir est la poterie utilitaire la plus répandue dans la région Kabyle, c'est une poterie fine allant au feu, en argile rouge pailletée de mica brillant, elle est caractérisée par sa simplicité et sa fonctionnalité et par sa solidité et son étanchéité.

### – Maatkas

Maatkas est l'un des milieux important de production de poterie dans la Kabylie, La poterie de cette région est l'œuvre des femmes.

La poterie de cette région est faite avec de l'argile impure, elle se distingue par son épaisseur, en effet elle est exécutée a la maison avec des méthodes ancestrales.

Les symboles décoratifs de la poterie de Maatkas remontent à la préhistoire et ils sont à l'origine des écritures alphabétiques méditerranéennes, dont le Tifinagh, on trouve aussi des représentations de l'univers immédiat (nature, animaux, insectes et cycles agraires) et des stylisations de situation ou de personnages hérités depuis des générations et des motifs rouges, noirs et blancs qui sont tirés de la symbolique rurale. En effet nous pouvons dire que, le répertoire des décors dans cette région est riche et les colories d'usage se sont maintenues depuis des époques lointaines.

A fin de préserver et de valoriser ce type de savoir faire, une fête de poterie est organise chaque année dans cette région, chose qui peut attirer les touristes.

### – Bounouh

Le type de poterie de Bounouh se distingue par un décor qui mêle deux sortes d'argiles naturelles, la brune et la noire qui sont ensuite revêtues de résines colorées harmonisant ainsi les tons et reflets ambrés.<sup>6</sup>

La poterie de cette commune est réalisée à des fins à la fois utilitaires et commerciales, dont les villages Bounouh-centre, Ait-Telha, Halouan, Amalou ont introduit une poterie utilitaire et décorative très appréciée en vue de la commercialisation.

## 3.2 LA BIJOUTERIE TRADITIONNELLE

La bijouterie en argent représente l'une des activités artisanales les plus connues de la Kabylie, elle remonte à l'antiquité avec une taille et une forme variée, elle constitue un ensemble original, d'une grande fidélité à la tradition, c'est un art qui porte essentiellement sur les parrures féminines, c'est l'ornement principale de la femme kabyle.

---

<sup>6</sup> AKKACHE MAACHA Dehbia « Art, Artisanat traditionnel et Folklore de Kabylie », édition MEHDI 2008, page 27



## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Cette discipline artisanale se partage aussi bien par l'homme que par la femme, c'est une activité familiale qui s'exerce le plus souvent de père en fils.

La Kabylie, région à grande vocation de bijouterie garde à nos jours ce mode d'expression, avec une production très variée d'une très bonne qualité on retrouve ainsi des bracelets, des boucles d'oreilles, colliers et bagues de tout genre. Chaque style reflète la personnalité d'un village particulier notamment on retrouve cette activité artisanale dans plusieurs localités comme par exemple : Taourirt, Mimoun, Aït-Larbaâ, Aït-Lahcène, Agouni-Ahmed, Boghni, Taguemount-Ukerrouche, Maâtkas, Ouadhias, Aïn-El-Hammam, Tizi-Ouzou et Ath-Yenni qui constitue le berceau de la bijouterie traditionnelle en Kabylie.

### – Benni-Yenni

La spécificité des Ath-Yenni repose sur le savoir ancestral des bijoutiers. La bijouterie de cette région est classée comme un art traditionnel séculaire.

Le bijou traditionnel en argent de Benni-Yenni serti d'émail cloisonné de couleurs jeune pour le soleil, vert pour la nature et bleu pour le ciel, au centre du quel est placé un cabuchant de cril rouge datant de la Phénicie ancienne.<sup>7</sup>

Chaque bijou a une signification particulière et une charge émotionnelle. Les bijoux se transmettent comme un patrimoine de génération en génération. Ils sont intimement liés aux traditions, coutumes et mœurs berbères.

### 3.3 LE TISSAGE

Le tissage est un art féminin, la production est quasi-utilitaire répondant aux besoins domestiques de literie, de vêtements et de couverture. Le métier à tisser se nomme **AZETTA**, toutes les étapes du travail de la laine étaient réalisées par les femmes qui s'entraidaient entre elles. Le Bernouss, tapis et couvertures étaient les principaux ouvrages créés en laine de mouton et dromadaire.

Les tapis de Kabylie sont faits de laine. Ils sont destinés à un usage domestique, sur le sol ou les murs, ou religieux, pour la prière. Les motifs présents sur les tapis remontent à des temps très anciens. D'une manière générale, le tapis amazigh est très coloré et constitue un objet de décoration.

Les tissages les plus répandus dans la région sont les tapis d'Ath-Hichem.

---

<sup>7</sup> Myriam DONSIMONI (collectif) ; « les bijoux d'Ath-Yenni : construire une attractivité territoriale sur les savoirs-faires artisanaux ancestraux » ; Edition : Achab ; p63

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### 3.4 VANNERIE

La vannerie est un art qui remonte à la préhistoire et qui n'est pour les femmes qu'un moyen de produire des objets voués à un intérêt domestique. Il a évolué vers la création d'ornementations diverses.

C'est un métier qui consiste en la fabrication des objets tressés avec des fibres végétales tels que les corbeilles et les paniers. On distingue : La vannerie en alfa et raphia qui est pratiquée exclusivement par les femmes. La vannerie en roseau est pratiquée par une main-d'œuvre masculine appréciable. Produit utilitaire et décoratif par excellence, elle répond aux goûts les plus divers.

La vannerie Kabyle présente une large gamme de produits, nous pouvons d'ailleurs citer : les corbeilles à pain, à dessert, sacs, paniers à provisions, lustre...etc, mais malheureusement, cette activité tend à disparaître à l'heure actuelle à cause de la rareté de la matière première.

Les régions connues par ce type d'activité sont : Djemaâ-Saharidj, Ouadhias, Tizi-Ouzou, Aïn-Méziab, Aït-Aggouacha.

#### – Djemàa-Saharidj <sup>8</sup>

Les sœurs blanches ont introduit la vannerie en alfa et raphia dans le village de Djemàa-Saharidj. Elle est pratiquée exclusivement par les femmes. Ces dernières produisent une vannerie utilitaire et décorative très fine et très recherchée par la clientèle. Par contre, la vannerie en roseau est pratiquée par une main-d'œuvre masculine appréciable.

### 3.5 LA ROBE KABYLE

On reconnaît la robe kabyle par sa forme, mais aussi par ses couleurs chatoyantes et par ses nombreuses broderies. Cette robe représente un symbole de la femme kabyle elle est l'outil de communication<sup>9</sup> et de l'identification par excellence.

On peut distinguer plusieurs modèles de robes kabyles chaque région se caractérise par la qualité de la matière employée et le raffinement des décors. La confection de la robe Kabyle est très répandue dans les régions des Ouadhias, Azazga, Bouzguéne, Ath-Douala...

### 3.6 L'EBENISTERIE

Le travail de bois est une activité typiquement masculine. Auparavant, elle était liée à l'activité agricole puis par la suite, certaines régions ont commencé à fabriquer des objets à vocation décorative tels que les coffrets à bijoux, des boîtes, des plateaux...

---

<sup>8</sup> AKKACHE MAACHA Dehbia ; op cit, page 36

<sup>9</sup> Idem, Page 46

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

La sculpture kabyle se matérialise sur le mobilier, les décorations sont puisées dans les motifs des tissages et de la poterie.

Les régions les plus connues par cette activité sont : Azzefoun, Djemaa-Saharidj, Tizi-Rached.

L'artisanat joue un grand rôle économique et social. En effet, elle est une source non négligeable de revenus et elle constitue pour la population un complément de ressources indispensables.

Ce secteur revêt une importance particulière, dès lors qu'il constitue un héritage fondateur de l'identité kabyle. Sa sauvegarde, sa réhabilitation et son intégration dans le processus de développement va avoir des répercussions positives sur l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou.

### **III. L'EVOLUTION DU TOURISME DANS LA WILAYA DE TIZI OUZOU DE 1962 A NOS JOURS**

La wilaya de Tizi Ouzou possède un énorme potentiel touristique que nous avons déjà présenté dans la section 2. L'exploitation de ces potentialités s'inscrit dans un cadre de différents plans touristiques nationaux qui vont faire l'objet de cette section.

#### **1. LA PERIODE DE LA MISE EN VALEUR DES POTENTIALITES TOURISTIQUES : 1962 -1990**

L'organisation du secteur touristique après l'indépendance a commencé avec la création de l'Office National Algérien du Tourisme (ONAT) en août 1962. Cette institution avait pour mission de promouvoir le produit touristique algérien sur le marché international, et ce par l'entremise de ses trois représentations à l'étranger (Paris, Stockholm et Frankfurt) et de développer les infrastructures touristiques. Cet office était sous la tutelle du ministère de la jeunesse et des sports et a été doté, dès 1964, d'une agence touristique (ATA)

Le renforcement de l'administration centrale du tourisme s'est fait premièrement par la création pour la première fois d'un ministère chargé exclusivement de cette activité en 1964 et par la création de directions départementales du tourisme et de l'artisanat après la mise en œuvre de la Charte du tourisme en 1966. Car, la période précédant cette formulation (1962-1966) a été consacrée essentiellement à la préservation du parc hôtelier hérité à l'indépendance, la collecte d'informations relatives aux futures zones d'expansion touristiques (ZET) et la réalisation de certains investissements, les principales orientations de cette charte ont été dictées par le contexte économique et social de l'époque, tant au plan national qu'international :

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

- l'activité touristique a pour objectifs prioritaires : l'apport de devises, la création d'emplois et l'intégration de la destination Algérie sur le marché international ;
- la centralisation des investissements touristiques ;
- la mise en œuvre de la formation hôtelière et touristique.

L'outil institutionnel chargé d'organiser l'activité touristique s'est développé progressivement au fur et à mesure de l'évolution lente du secteur et la mise en œuvre des plans de développement ; le premier plan triennal (1967-1969), le plan quadriennal (1970-1973) et le deuxième plan quadriennal (1974-1977). Il est important de souligner que ce deuxième plan quadriennal (1974-77) a amorcé les premières orientations vers un tourisme interne, confirmées par la suite dans la Charte nationale de 1976 et la deuxième politique touristique de 1980.

Au cours de cette période et à la fin des trois premiers plans de développement, la capacité des infrastructures d'hébergement a augmenté en particulier les infrastructures hôtelières, et la wilaya de Tizi Ouzou a bénéficié de la réalisation de cinq hôtels qui sont : Lala Khadîdja, Baloua, Le bracelet d'argent, Mizrana et Djurdjura. D'où là création de l'entreprise touristique kabyle (1968) qui se charge de la gestion de ces hôtels et la promotion touristique dans la région.

L'exploitation de ces hôtels marque le début du tourisme balnéaire et de montagne qui a valorisé essentiellement deux ressources : le littoral et la montagne.

Ces produits étaient destinés essentiellement à une clientèle étrangère où l'ONAT se chargeait de la conception et de la commercialisation.

Il ya lieu de noter que l'artisanat dans la wilaya de Tizi Ouzou dans cette période était fleurissante et de très bonne qualité (poterie, tissage ....) , et elle procurait des revenus très importants pour les familles (ménages), une artisane de Ath yahya spécialisée dans le tissage affirme que « par le passé, les étrangers s'arrachaient nos produits »<sup>10</sup> alors qu'actuellement, nous avons du mal à trouver des acheteurs en vue de la cherté de la laine cause de la dégradation de la qualité du tapis ( recours aux couleurs chimiques, l'utilisation de laine importée pour faire baisser le prix)

### 2. PERIODES DE REGRESSION DU TOURISME : 1990 - 2000

Cette période s'est caractérisée par la conjoncture économique défavorable engendrée par la baisse des ressources financières liées à la baisse des prix du pétrole en 1986. Cette situation a poussé les pouvoirs publics à engager des réformes en faveur du secteur du tourisme car il apparaît dès lors comme une source susceptible de générer des recettes importantes en devises.

---

<sup>10</sup> <http://www.lexpressiondz.com/actualite/156715-menace-sur-le-tapis-d-ath-hicham.html>

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Mais la situation sécuritaire du pays marquée par la décennie noire, mais aussi par des facteurs administratifs et organisationnels qui ont entravé (et entravent encore aujourd'hui) toute initiative d'investissement dans ce secteur (lourdeurs bureaucratiques, difficultés d'accès au foncier et aux crédits bancaires...).

Le nombre de touristes étrangers n'a pas cessé de baisser<sup>11</sup>.

De 1990 à 1996, ce nombre est passé de 359 895 à 18 451, soit une baisse de 95%. Il en est de même pour les recettes touristiques, qui sont passées de 105 millions de dollars en 1990 à 23,5 millions de dollars en 1996, soit 2,5% des recettes des exportations hors hydrocarbures.

Ainsi, la contribution de ce secteur au développement économique n'a pas cessé de se détériorer depuis 1990 pour ne représenter que moins de 1% du PIB pour la décennie en question.

### 3. LA PERIODE DE RELANCE DU TOURISME : 2000 -2010

Il faut cependant noter que depuis l'année 2000, les chiffres concernant les flux touristiques étrangers sont en progression. Ce dynamisme relatif est le résultat de l'amélioration de la situation sécuritaire en Algérie et le développement du tourisme d'affaires après le lancement de plusieurs projets et la présence de chaînes hôtelières internationales (Hilton, Sheraton, Accor et Sofitel).

Cette période de relance s'inscrivait dans le cadre du programme adopté en septembre 2000 qui a fixé comme objectif la nécessité de l'émergence d'une véritable industrie touristique sur la valorisation des potentialités naturelles, culturelles du pays quand au rôle du gouvernement dans la mise en œuvre de cette nouvelle politique se définissait dans la promotion de l'image touristique de l'Algérie à l'extérieur, à l'attraction de l'investissement et du partenariat auprès des détenteurs de capitaux, de s'avoir faire et de marchés et à l'intégration du produit touristique national dans les circuits touristiques.

Il ya lieu de noter qu'au cours de ces deux dernières périodes, la wilaya de Tizi Ouzou a subi les mêmes conjonctures nationales.

---

<sup>11</sup>Mohamed Sofiane IDIR : « valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de béjaïa en kabylie et de djanet dans le tassili n'ajjer » ; thèse de Doctorat, spécialité science économique, université de GRENOBLE, 2013. Page 120.

### 4. NOUVELLE POLITIQUE TOURISTIQUE A L'HORIZON DE 2025

Le schéma directeur d'aménagement touristique à l'horizon 2025 (SDAT 2025) est le cadre de référence de la nouvelle politique touristique en Algérie. Le SDAT 2025 traduit la volonté de l'Etat à valoriser le potentiel touristique dont dispose le pays. Ce potentiel, rappelons-le, a été identifié au lendemain de l'indépendance mais sa mise en valeur n'a pas dépassé, dans certains cas, le stade de la reconnaissance.

Le Schéma directeur de l'aménagement touristique :<sup>12</sup>

- affiche sa vision du développement touristique à différents horizons temporels soit à court terme (2009), moyen terme (2015) et long terme (2025) dans le cadre du développement durable afin de faire de l'Algérie un pays récepteur ;

- définit les instruments de sa mise en œuvre et précise les conditions de sa faisabilité
- assure dans un cadre de développement durable le triple équilibre de l'équité social, de l'efficacité économique et de la soutenabilité écologique ;

- valorise le potentiel naturel, culturel et historique du pays et le met au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro-méditerranéenne.

Le SDAT fixe cinq principaux enjeux, à savoir :

- L'apport de devises et la dynamisation de l'économie à travers les effets d'entraînement du tourisme sur d'autres secteurs ;
- La création d'emploi ;
- Le développement local ;
- La valorisation du patrimoine ;
- La promotion de l'image de l'Algérie sur la scène internationale.

Le SDAT propose la mise en œuvre de cinq dynamiques fondatrices pour repositionner le tourisme algérien. Ces cinq dynamiques doivent permettre la relance rapide et durable du tourisme en Algérie, appelé à jouer son rôle dans le développement du pays. Il précise de ce fait pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable.

1. Valoriser la destination « Algérie » pour accroître l'attractivité et la compétitivité ; Cette dynamique vise la construction d'une destination touristique compétitive sur le plan international et capable de satisfaire les besoins des nationaux en loisirs et en vacances.

---

<sup>12</sup> Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2025.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

2. développer des pôles et villages touristiques d'excellence par la rationalisation de l'investissement ; C'est l'abandon de la voie du « tout tourisme », autrement dit, le tourisme ne peut être développé uniformément et également sur l'ensemble du territoire national. Il s'organise plutôt autour des pôles prioritaires, choisis en fonction de leurs potentialités, qui constituent des leviers afin d'irriguer progressivement l'ensemble du territoire national.

3. déployer un plan qualité tourisme (PQT) ; qui se place dans une perspective d'amélioration de la qualité de l'offre touristique. Il s'appuie sur la formation des ressources humaines (un point jugé incontournable) et l'intégration des technologies de l'information et de la communication.

4. promouvoir la transversalité et la cohérence dans l'action par l'articulation de la chaîne touristique et la mise en place du partenariat public-privé ; Pour mettre en œuvre cette transversalité, le SDAT propose d'inscrire les objectifs du secteur touristique dans un cadre partenarial associant tous les acteurs impliqués directement ou indirectement dans l'activité touristique et un partenariat public-privé afin que les acteurs se mettent en réseaux, agissent de concert et répondent d'une manière efficace aux objectifs fixés.

5. définir et mettre en œuvre un plan de financement opérationnel pour soutenir les activités touristiques et les promoteurs- développeurs et attirer les grands investisseurs et les tours -opérateurs. Ce plan repose sur un plan de financement qui prévoit un ensemble d'actions en faveur de l'investissement touristique. En tenant compte du caractère spécifique de cet investissement (délais d'étude, de réalisation et de retour sur investissement relativement lents), le SDAT propose un cadre d'appui et d'accompagnement de l'Etat au profit des investisseurs, promoteurs et porteurs des projets. Il s'agit d'un ensemble de mesures incitatives et de dispositifs techniques et juridiques qui accompagnent l'investisseur tout au long de son projet (étude et évaluation).

Le SDAT a délimité 07 grandes zones touristiques selon les atouts propres et spécifiques à chacune des régions du territoire du pays : Zone Nord Centre, Zone Nord Est I, Zone Nord Est II, Zone Ouest, Zone des Hauts- Plateaux, Zone Sud, Zone Grand – Sud. Tizi Ouzou figure dans le pôle d'excellence nord centre.

Au cours de la période actuelle, la wilaya de Tizi Ouzou compte 6 projets d'investissement qui sont en cours de la réalisation avec une capacité de 404 lits et qui ont pour finalité le développement touristique dans la wilaya.

L'état de ces projets est représenté dans le tableau ci-dessous

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

Tableau n° 6 : L'état des projets d'investissement en cours de réalisation

Commune	Nature de projet	Programme	capacité	Taux de réalisation (%)
Tizi Ouzou	Hôtel Altour	90 chambre+ restaurant+ pizzeria+parking	180	95
	Hôtel	32chambre+restaurant +salon+cafeteria +piscine +salle de réunion+salle des fêtes+ foyer	62	65
Ifrigha	Auberge	10 chambre+centre de loisir+ restaurant+ bar	20	20
Boghni	Relais routier + restaurant	25 chambres	50	50
Boudjima	Hôtel restaurant	16 chambre+ restaurant	32	Debet de chantier
Sidi Naamane	Motel (R+3) + station de service	29 chambres + station de service + restaurant + cafétéria	60	96
<b>Total</b>			404	

Source : DTA Tizi Ouzou 2012 cité par le SDATW Tizi Ouzou : phase 2

Il ya lieu de noter que d'après le SDAWT de Tizi Ouzou, la wilaya a bénéficié de 6 projets touristiques ayant un accord de principe mais qui ne sont pas encore lancés, et 10 autres dossiers d'investissements qui ont été transmis au ministère et qui ont un accord de principe depuis plus de 5 ans, mais ne demeurent aucune réponse à ce jour la.

### IV. LES ACTEURS DU TOURISME DANS LA WILAYA DE TIZI OUZOU

Les acteurs de l'activité touristique de la wilaya de Tizi Ouzou jouent un rôle important dans l'observation du marché touristique et l'anticipation de sa demande, et ils développent l'offre touristique régionale.

#### 1. LES VOYAGISTES

Cette catégorie d'acteurs regroupe les tours opérateur et les agences de voyage. Dans la wilaya de Tizi Ouzou, ces acteurs se présentent comme suit :

##### 1.1 OFFICE NATIONAL ALGERIEN DU TOURISME (ONAT)

L'ONAT est un tour-opérateur algérien, l'entreprise est rattachée au Ministère du Tourisme et de l'Artisanat algérien en tant qu'entreprise non affiliée.

Sa fonction essentielle consiste à concevoir et à produire, mais également à vendre et réaliser toute la panoplie de voyages touristiques en Algérie par le biais de ses 32 agences



## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

réparties sur le territoire algérien, dont une de ces agences se localise dans la ville de Tizi Ouzou.

L'entreprise nationale algérienne du tourisme « ONAT » a été créée en août 1962, sous le nom de l'office national du tourisme, actuellement l'office a pour vocation première d'exercer un tourisme international récepteur et de se charger de la gestion des biens vacants et de la promotion des produits touristiques algériens sur le marché international.

### 1.2 LES AGENCES DE VOYAGES

Les agences de voyage sont chargées des activités suivantes :

- La vente de titres de transport sur le réseau national et international ;
- L'organisation de toutes activités de chasse, pêche, manifestation culturelle et artistique ;
- Organisation et vente de titres de voyage, de circuits touristiques et de séjours individuels ou collectifs ;
- L'organisation d'excursions et de visites guidées dans les villes, monuments, sites naturels et historiques ;
- Hébergement ou restauration dans les établissements hôteliers ainsi que la fourniture de services qui lui sont liés.

La wilaya de Tizi Ouzou possède 15 agences de voyage dont 12 se localisent dans la ville de Tizi Ouzou, une à Azazga et l'autre à Tizirt.

Le nombre d'agences de tourisme et de voyage relevant de la catégorie A, c'est-à-dire celles qui désirent activer principalement et / ou exclusivement dans le tourisme national et le tourisme réceptif est de 7 agences.

Le nombre d'agences de tourisme et de voyage relevant de la catégorie B, c'est-à-dire celles qui désirent activer principalement ou exclusivement dans le tourisme émetteur au plan international est de 6 agences.

Ce qui est constaté, c'est que les tâches confiées à ces agences ne sont pas toutes appliquées et réalisées, et leur rôle s'est transformé principalement en vente de billets de voyage au profit des compagnies aériennes « la billetterie » et la part des activités associatives (voyage guidés, circuit touristique ...) restent minimes.

Nous constatons aussi que ces agences prennent plus en charges les séjours de la population locale à l'étranger qu'une offre de promotion touristique dans le territoire nationale.

Ces agences de voyages avec leurs localités et leurs catégories seront représentées dans le tableau n° 7.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

**Tableau n°7 : Liste des agences de tourisme et de voyage en activité (premier trimestre de 2014)**

Dénomination	Localisation (communes)	Nature de l'activité
<b>-O.N.A.T (SUCCURSALE -T.V.A (SUCCURSALE). -DJURDJURA TOURISME -E.T.K VOYAGES -IDHOURAR TOURS -AIR PLUS TOURISME -SOLEIL VOYAGES/SOLEIL TOURS (SUCCURSALE). -CROISI TOURS. -TAFSUT TRAVEL AND TOURISME -KOUAOU TRAVEL -ECLIPSE TOURS -IMURAS -IFIRELES TOUR</b>	<b>TIZI-OUZOU</b>	-Tourisme réceptif(A) -Tourisme réceptif (A) - Tourisme réceptif(A) -Tourisme réceptif(A) -Tourisme réceptif(A) -Tourisme réceptif(A) -Tourisme réceptif (A) -Tourisme réceptif (A) -Tourisme réceptif (A) -
<b>-PRESTIGE VOYAGES</b>	<b>AZAZGA</b>	-Tourisme émetteur (B)
<b>-CLAIRE MER</b>	<b>TIGZIRT</b>	-Tourisme émetteur (B)

Source : La direction du tourisme et de l'artisanat de T.O, 2014

### 2. LES INFRASTRUCTURES HOTELIERES

Les hôtels jouent un rôle très important dans le secteur touristique, car ils déterminent la capacité de réception et d'hébergement des touristes.

Selon la direction du tourisme et de l'artisanat, la wilaya de Tizi Ouzou dispose de 47 hôtels d'une capacité de 2.402 lits, dont 33 hôtels en activités d'une capacité d'accueil de 1720 lits et un effectif global de 582 employés et 14 autres fermés d'une capacité de 682 lits.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

Le tableau suivant retrace la répartition du parc hôtelier en activité par vocation et catégorie de classement :

**Tableau n°8 : Classification du parc hôtelier en activité par vocation et catégorie de classement**

VOCATION	4*	3*	2*	1*	S.E	C.U	Autre Structures	N.C	Total
Urbains	01	03	03	02	04	-	02	01	16
Climatique	-	02	02	02	-	-	-	-	06
Balnéaires	-	01	-	02	01	01	-	06	11
<b>Total</b>	01	06	05	06	05	01	02	07	33

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat de T.O 2014

SE : sans étoiles. NC : Non classés. CU : Catégorie unique.

D'après le tableau n°8, nous remarquons l'absence des hôtels de la catégorie 5\*, et la domination des hôtels non classés qui sont au nombre de 7 hôtels (6 balnéaires et 1 urbain), ils sont suivis par la catégorie 3 et 1\*.

La vocation balnéaire est la plus dominante dans la wilaya, soit 48.48% de l'ensemble des hôtels contre la catégorie urbaine qui représente 18.18%.

Le tableau qui suit présente la répartition du parc hôtelier en activité par commune et par catégorie de classement.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

**Tableau n°9 : Répartition du parc hôtelier en activité par commune et par catégorie de classement**

commune	4*	3*	2*	1*	S.E	S.U	Autre structure	N.C	TOTAL
<b>T.O</b>	01	02	03	02	04	-	02	01	15
<b>Tigzirt</b>	-	01	-	02	01	-	-	-	04
<b>Boghni</b>	-	01	-	-	-	-	-	-	01
<b>Tizi-gheniff</b>	-	-	-	02	-	-	-	-	02
<b>Beni-Yenni</b>	-	01	-	-	-	-	-	-	01
<b>Yakouren</b>	-	-	01	-	-	-	-	-	01
<b>Ouadhias</b>	-	-	01	-	-	-	-	-	01
<b>Azeffoun</b>	-	-	-	-	-	01	-	05	06
<b>D.B.K</b>	-	01	-	-	-	-	-	-	01
<b>Iflissen</b>	-	-	-	-	-	-	-	01	01
<b>TOTAL</b>	01	6	05	06	05	01	06	07	33

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat de T.O 2014

Selon le tableau n° 9, nous constatons que 45% des hôtels de la wilaya se localisent dans la commune de Tizi Ouzou, suivie d'Azeffoun et de Tigzirt ; qui occupent respectivement la deuxième et la troisième place.

La wilaya de Tizi Ouzou a enregistré au cours de la période du premier trimestre 2014 un nombre de nuitée de nationalités étrangères atteignant le chiffre de 2300. Dont le nombre le plus important des nuitées sont de nationalité italienne (496 nuitées), après les Espagnoles en deuxième position avec un nombre de nuitées de 439 et en troisième position, les Français avec 334 nuitées.

La restauration est une activité qui est étroitement liée à celle de l'hôtellerie, pratiquement tous les hôtels sont dotés d'un restaurant. Le nombre de restaurants classés dans la wilaya de Tizi Ouzou selon la direction du tourisme et de l'artisanat est de 5 restaurants dont 4 se localisent au chef lieu et un à Azazga. Un nombre qui est largement insuffisant.

### 3. ACTEURS INDIRECT

Parmi les acteurs indirects, nous pouvons citer :

#### 3.1 LA DIRECTION DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT

Jusqu'en 1992, c'était l'office national du tourisme (O.N.T) qui s'occupait de toute activité touristique à l'échelle nationale, par la suite, il ya eu la création de la direction du

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou le 20 octobre 2010, qui comprend trois services : le service du tourisme, service de l'artisanat et service de l'administration et des moyens.

La Direction du Tourisme et de l'Artisanat est la principale institution de régulation au niveau local. Cette institution est une administration déconcentrée de l'Etat qui représente le ministère du Tourisme et de l'Artisanat à l'échelle locale. Les rôles principaux de cette instance peuvent être résumés comme suit :

### En matière de tourisme :

- Etablir le plan d'action annuel relatif aux activités touristiques ;
- Contribuer avec les secteurs concernés à la promotion du partenariat national et étranger, notamment dans les domaines de l'investissement et de la formation des ressources humaines ;
- Intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristique ;
- Veiller à la satisfaction des besoins et des aspirations des touristes en matières de bien-être, de détente et de loisir ;
- Etc.

### En matière d'artisanat :

- Initier toute mesure susceptible de créer un climat favorable au développement durable de l'activité artisanale ;
- Contribuer à la protection et à la sauvegarde du patrimoine artisanal et à sa réhabilitation ;
- Participer aux efforts d'intégration des activités de l'artisanat dans la sphère économique locale ;
- Soutenir et animer les actions des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires intervenant dans les domaines de l'artisanat ;
- Etc.

### **3.2 LES ETABLISSEMENTS DE FORMATION**

Le tourisme est une activité à forte intensité en main-d'œuvre, dans laquelle l'expérience vécue par le visiteur dans un lieu de destination donné dépend pour beaucoup ; des échanges avec la population locale et les travailleurs du secteur.

La formation aux métiers du tourisme permet d'avoir une main d'œuvre qualifiée, d'améliorer la qualité des services offerts et d'intégrer facilement les jeunes de la région qui veulent travailler dans ce secteur.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Il faut que l'éducation et la formation soient axées sur le service au consommateur pour que le personnel en contact avec la clientèle apporte aux visiteurs des prestations de qualité.

La wilaya de Tizi Ouzou a la chance d'avoir un institut de formation dans les métiers du tourisme notamment restauration (institut nationale des techniques hôtelières et de tourisme) en plus d'un nombre très important d'écoles de formation touristique à caractère privé.

### 1.2.1 L'institut national des techniques hôtelières et de tourisme

L'institut national des techniques hôtelières et touristiques de Tizi Ouzou est l'un des trois établissements dont dispose le ministère du Tourisme et de l'Artisanat pour la formation des techniciens et personnels en tourisme.

Depuis son ouverture en 1972, l'Institut national d'hôtellerie et de tourisme (INHT) Aboubakr-Belkaïd de Tizi-Ouzou s'est donné pour objectif de promouvoir la destination Algérie, en pourvoyant les établissements du secteur, à travers le territoire national, de compétences pour tirer la qualité des prestations vers le haut.

Cet établissement, situé à la haute ville de Tizi-Ouzou, près de l'hôtel touristique Amraoua, est spécialisé dans la formation de techniciens supérieurs dans les filières de l'hôtellerie sous différentes options : l'administration hôtelière, la cuisine, la pâtisserie, la restauration et la filière du tourisme qui offre deux opportunités de formation dans les techniques de production et de distribution de produits touristiques au profit d'agences de voyage et du tourisme.

L'existence de cet institut est un atout considérable, car il permettrait dans l'hypothèse d'investissements importants dans le tourisme, une disponibilité immédiate d'une main d'œuvre spécialisée et de qualité.

Dans chaque daïra, de wilaya, il ya un centre de formation professionnel qui assure des formations dans le domaine de l'hôtellerie et du tourisme tel que, la restauration, pâtisserie...

En plus de ces établissements publics, la wilaya de Tizi Ouzou possède un nombre important d'écoles privées qui assurent dans ce domaine, parmi eux, nous pouvons citer :

- **Jardin secret** : Une école hautement spécialisée, c'est un lieu d'apprentissage tourné vers le milieu professionnel, grâce aux liens privilégiés de l'école avec toutes les structures de l'établissement à s'avoir : restaurant gastronomique, salle de conférences et réceptions, Pizzeria et salon de glace.
- **Ecomode hôtelière** : elle a été créée en 1995, Ecomode est une école d'enseignement privée agréée par l'Etat qui a été créée en 1995. L'école a permis la formation de plusieurs promotions dans différentes spécialités relevant du secteur de la formation professionnelle.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

Elle propose trois (03) pôles de formations complémentaires entre eux, voués aux métiers de l'habillement, l'éducation de la première enfance qui a pris place importante dans le pôle hôtelier. Dans son troisième pôle, ECOMODE développe une filière complète dans le domaine de l'audiovisuel et des langues.

- **Institut de formation en hôtellerie et du tourisme « IFHT »** : c'est l'un des instituts de formation en hôtellerie et en tourisme de la wilaya le plus ancien. Depuis son ouverture en 1972, cet établissement, situé à la haute ville de Tizi-Ouzou, près de l'hôtel touristique Amraoua, est spécialisé dans la formation, en 24 mois, de techniciens supérieurs dans les filières de l'hôtellerie et du tourisme. En plus de la formation de technicien supérieur dans les métiers de l'hôtellerie et du tourisme, l'INHT (nouvelle version) a pour mission de former en 24 mois, à partir de septembre prochain, des techniciens dans les mêmes spécialités, a-t-on précisé. L'INHT de Tizi-Ouzou dispose aussi d'une annexe à Tlemcen pour la formation de techniciens en cuisine, d'une capacité de 100 places.

### 3.3 ENTREPRISE TOURISTIQUE DE LA KABYLIE

L'entreprise touristique de la Kabylie est une entreprise publique qui a été créée en 1968 sous la nomination de la Société Hôtelière de la Wilaya de Tizi Ouzou (SHWTO), mais elle n'a été mise en place qu'en 1973. Elle est devenue ETK en 1992.

Elle a été créée dans le cadre du plan spécial de développement de la wilaya de Tizi Ouzou dont le programme prévoyait la construction de plusieurs hôtels, sa fonction principale était en plus de la gestion de ses 5 hôtels, la mise en valeur de tout le potentiel touristique dont dispose la wilaya et la formation de ses personnels en leur assurant un stage pratique de six mois dans sa propre école de formation, tâche qui n'existe plus actuellement.

Actuellement, l'entreprise touristique de la Kabylie ne s'occupe que de la gestion de ses 3 hôtels, classés chacun dans la catégorie 3 étoiles, implantés sur différents sites.

- Hôtels lala Khadîdja, situé au centre ville de Tizi Ouzou avec une capacité de 40 chambres.
- L'hôtel de Baloua, situé au centre ville de Tizi Ouzou avec une capacité de 29 chambres.
- Auberge bracelet d'argent à Beni Yenni situé à 40 Km de Tizi Ouzou avec une capacité de 10 chambres.

## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### 3.4 Les offices et associations activant dans le secteur du tourisme

Les associations touristiques en tant que représentants des divers intervenants touristiques des régions, jouent un rôle important de concertation et de catalyseur dans leur milieu.

Les associations touristiques doivent jouer leur rôle spécialement au niveau de quatre secteurs: le développement, la promotion, l'accueil et l'information.

Dans la wilaya de Tizi Ouzou, un office et deux associations activent dans le secteur touristique.

#### 3.4.1 L'office du tourisme

L'office du tourisme est considéré comme « une association constituée par des acteurs physiques ou morales intéressés par la promotion et le développement touristique de leur commune. L'office du tourisme a pour objet d'assurer, sur le territoire d'une commune le développement du tourisme et mettant en valeur des richesses naturelles, historiques, culturelles et artistiques »<sup>13</sup>

Au niveau de la wilaya de Tizi Ouzou, il n'existe qu'un seul office du tourisme qui se localise dans la commune du Tigzirt et qui est chargé de promouvoir le tourisme, en particulier le tourisme balnéaire par des actions qui accompagnent les touristes et les estivants pour tous les renseignements possibles.

#### 3.4.2 Les associations

Les associations « Amnir » qui se localisent dans la ville de Tizi Ouzou et Djurdjura qui se trouve à Iboudrarenne activent au niveau local (territoire de la wilaya) et travaillent depuis quelques années à mettre en valeur les originalités culturelles et sociales spécifiques à la région. Ces deux associations ont des objectifs plus au moins similaires<sup>14</sup>.

#### Les objectifs de l'association « Amnir »

- Recensement et valorisation des sites touristiques ;
- Sensibilisation des citoyens sur l'importance du tourisme à travers des séminaires et d'autres activités ;
- Encourager le tourisme solidaire.

---

<sup>13</sup> SDATW de la wilaya de Tizi Ouzou, phase 2

<sup>14</sup> [http://dta-to.net/fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15:office-et-associations-touristiques&catid=6:promotion-touristique&Itemid=16](http://dta-to.net/fr/index.php?option=com_content&view=article&id=15:office-et-associations-touristiques&catid=6:promotion-touristique&Itemid=16)



## Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou

---

### Objectifs de l'association de tourisme de montagne « Djurdjura »

- La promotion du tourisme de montagne ;
- Sensibiliser la population pour la pratique du tourisme de montagne et la préservation du patrimoine forestier et montagnard de la commune ;
- Contribuer avec les autorités locales pour régler les problèmes pouvant promouvoir le développement du tourisme de montagne ;
- Trouver les compromis avec les intérêts de l'association et la valorisation et la protection des sites ;
- Organiser des journées pour la pratique du tourisme de montagne et multiplier les échanges avec les autres associations nationales et internationales ;
- Faire découvrir aux générations actuelles et prochaines nos différents sites historiques et touristique.

### CONCLUSION

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

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

Malheureusement, et malgré la présence de ces facteurs d'attractivité touristique dans la wilaya, la région reste peu connue et le secteur du tourisme est marginalisé et peu développé.

Dans le but de valoriser ces potentialités et de dynamiser le secteur touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou plusieurs plans ont été planifiés de la part des autorités publiques de 1962 à nos jours, mais cela reste insuffisant car les résultats obtenus n'ont pas dépassé le stade de la reconnaissance des potentialités (zones d'expansion touristique non réalisées jusqu'à nos jours) avec la réalisation de quelques hôtels dont l'état se que dégrade jour après jour. Ces résultats s'ils peuvent montrer quelque chose, ne vont montrer que le peu d'intérêt accordé à l'activité touristique et que l'Etat s'est intéressé à d'autres secteurs d'activités.

Le chapitre suivant traitera des contraintes qui empêchent le secteur du tourisme de se développer dans la wilaya de Tizi Ouzou et de présenter les faiblesses de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

# **Chapitre 3 :**

**Les vulnérabilités de l'offre  
touristique de la wilaya de  
TIZI OUZOU**

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Le tourisme est un ensemble d'activités de services reliés entre elles, elle résulte de la combinaison efficace d'un ensemble d'éléments dépendants les uns des autres pour former un tout organisé. La défaillance d'un prestataire peut rejaillir sur le reste du système, indépendamment de la qualité des autres prestataires complémentaires. La qualité finale du produit dépend de la qualité de chaque prestataire, ce qui augmente l'interdépendance des acteurs.

Le système touristique reste un système ouvert et subit les influences des autres facteurs : situation politique, conjoncture économique, formation, niveau d'éducation, situation sanitaire...

Le développement de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou se heurte à plusieurs obstacles. Plus précisément, il s'agit des conditions matérielles et immatérielles nécessaires à la pratique de l'activité touristique. Ces conditions sont fournies par l'ensemble des secteurs de la vie économique et sociale auxquels le tourisme est lié. Dans la région ces conditions n'offrent pas l'environnement adéquat à la pratique de l'activité touristique et surtout ne sont pas toutes réunies, ce qui constitue des entraves à la pratique de l'activité touristique.

Ce dernier chapitre sera consacré à expliquer les obstacles qui entravent le développement touristique dans la région de Tizi Ouzou et les défis à relever par celle-ci pour faire du tourisme ; un vecteur du développement local de la région.

Pour structurer ce chapitre, nous avons opté pour un plan en trois sections. La première sera consacrée à présenter et à analyser les résultats de notre questionnaire. La deuxième section traitera des autres obstacles qui empêchent le développement du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou autre que celles citées dans la section précédente et enfin, une troisième section où nous allons proposer des solutions pour remédier à ces problèmes.

### **I. ANALYSE DU QUESTIONNAIRE**

Dans cette section, nous allons présenter les différents résultats obtenus durant notre enquête sur le terrain qui avait eu lieu la fin du mois d'août jusqu'au début du mois de septembre, afin de mettre en relief les opinions des touristes sur la situation actuelle, les obstacles du tourisme et les possibilités de promotion de ce secteur.

#### **1. LA METHODOLOGIE DE L'ENQUETE**

Pour faire ressortir le degré de satisfaction des touristes, nous avons utilisé la méthode du questionnaire. Ce dernier est essentiellement qualitatif avec des questions fermées et des questions ouvertes pour permettre aux répondants de s'exprimer et faire ressortir une dimension psychologique. Le questionnaire que nous avons élaboré et distribué, a comme

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

principal objectif de mesurer le degré de satisfaction des touristes par rapport aux diverses prestations touristiques proposées dans la wilaya, pour pouvoir ressortir par la suite les contraintes de développement du secteur touristique dans la wilaya.

### 1.1 LE TYPE DES QUESTIONS POSEES

Nous avons utilisé différents types de questions :

#### - **Les questions ouvertes**

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

#### - **Les questions fermées**

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

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

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

### 1.2 L'ORDRE DES QUESTIONS

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

Les premières questions de notre questionnaire sont des questions simples, plus faciles et non menaçantes. Elles portent sur des éléments bien connus du répondant. Cette série de questions a pour but essentiel d'éveiller l'intérêt du répondant et de le familiariser avec le questionnaire. Elles permettent aussi de préparer le répondant pour les questions suivantes. Quant aux questions de type qualitatif, nous les avons laissés pour la fin.

Nous avons organisé notre questionnaire autour de trois parties, et chaque partie comprend une série de questions.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Ce questionnaire comprend 23 questions axées autour de deux parties, chaque partie comprend à son tour une série de questions.

La première partie vise à une meilleure connaissance des répondants (âge, genre, profession, loisirs,...) et la seconde se rapporte au thème de la recherche : perception générale des prestations touristiques de la wilaya de Tizi Ouzou (hébergement, restauration, infrastructures de base ....)

### 1.3 LE MODE D'ADMINISTRATION DES QUESTIONNAIRES

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

Pour établir notre questionnaire, nous avons utilisé une méthode par laquelle l'individu interrogé, à savoir le touriste rempli lui-même le formulaire d'enquête de manière autonome sans l'assistance de personne « sans notre présence ».

Une fois le formulaire rempli par le touriste, nous essayons de discuter avec lui pour faire ressortir d'autres contraintes et d'autres détails non cités dans le questionnaire.

Le nombre réduit des questionnaires remplis revient nécessairement :

- Aux visiteurs eux-mêmes, non habitués à ce genre de questionnaires en Algérie ;
- Une perception négative de l'objectif de cette étude de satisfaction. En effet, certains ont perçu cette étude comme un contrôle, pour les uns, ou une enquête pour les besoins d'une quelconque administration pour les autres.
- Une absence de la culture du sondage et des enquêtes.

Il faudrait signaler que 12 questionnaires remplis ont été rejetés à cause notamment d'un minimum de réponses (moins de 25% du questionnaire rempli) ou de contradictions importantes.

## 2. ANALYSE DE L'ECHANTILLON

La provenance des répondants, qui étaient au total au nombre de 28 et dont les âges variaient de 15 à 60 ans, était comme suit :

Les répondants sont constitués de 32% de femmes et 68% d'hommes, entre célibataires (45%), mariés (55%) dont 78% résident en Algérie et 22% non résidents.

La majorité sont des employés (42%), des activistes dans des fonctions libérales (21%), des cadres (14%). En plus des retraités (13%), d'étudiants (7%), et de chômeurs (3%). 46 %

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

qui visitent la région en famille. 21 % voyagent seul, 14 % visitent la région entre amis et seulement une minorité (7 %) qui rend visite à la région avec un groupe touristique. Ce faible taux s'explique par le manque d'organisation de voyages par les opérateurs du tourisme dans la wilaya.

La plupart des touristes interrogés (soit 82%) ont déjà visité Tizi Ouzou plus d'une fois, les autres c'est leurs premier visite dans la wilaya.

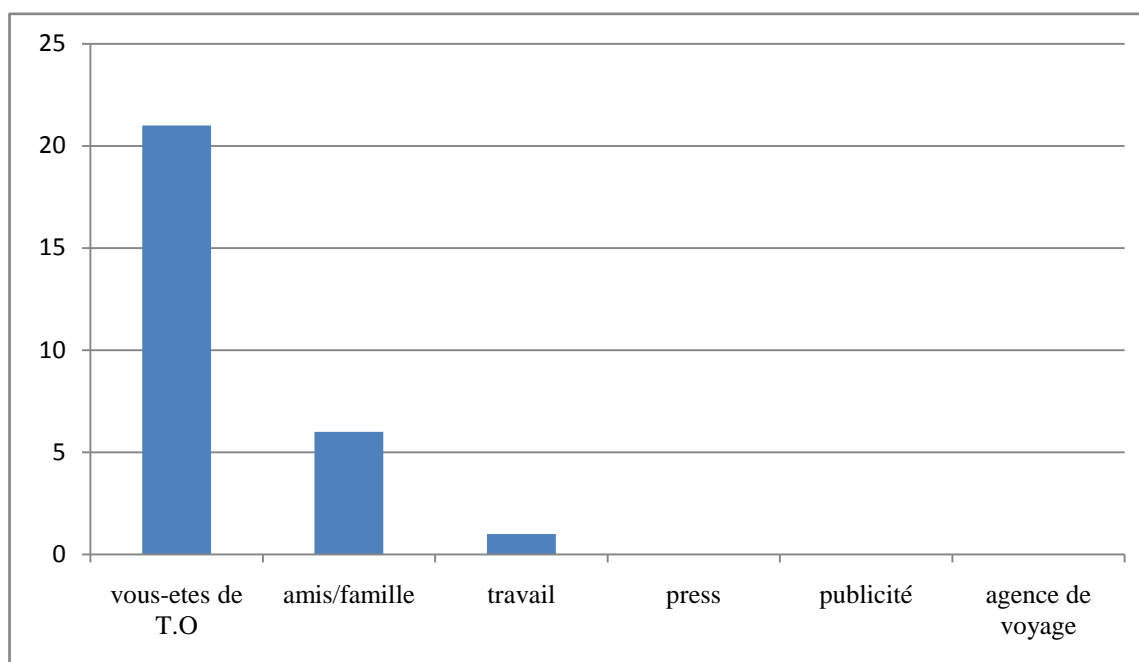
### 3. RESULTATS DU QUESTIONNAIRE

Dans ce point, nous allons présenter les résultats obtenus par notre questionnaire.

#### 3.1 L'ABSENCE D'UNE DEMARCHE MARKETING

La question : vous avez choisie la wilaya de Tizi Ouzou pour : les plages/ les montagnes/ les activités culturelles sert à s'avoir quel est le point le plus attractif de la wilaya. Les réponses nous ont confirmé que les plages sont les plus attractives et les plus visitées dans la wilaya avec un taux de 75 %. La montagne vient au deuxième rang avec un taux de 18 % suivie par les activités culturelles qui ne représentent qu'un taux 7% de l'attractivité de la wilaya malgré le gisement culturelle dont elle dispose (l'artisanat, patrimoine matérielle et immatérielle, sites historiques et archéologiques...).

#### Graphes n°2 : Comment avez-vous connu la wilaya de Tizi Ouzou



Source : Notre enquête

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Par rapport à cette question, nous avons voulu connaître quels sont les moyens utilisés par les touristes pour connaître la destination. La chose la plus importante à relever dans les réponses présentées dans le graphe n° 2, est que les agences de voyage n'ont pas pu attirer l'attention que de 4% des interrogés. A partir de là, nous pourrions nous demander le vrai rôle de ces agences et de leurs efficacités par rapport au développement de l'activité touristique dans la wilaya, étant donné que ces agences de voyages représentent l'un des acteurs principaux de cette activité.

En ce qui concerne la question : avez- vous reçu des dépliants sur les sites touristiques locaux et les différentes prestations ?

La majorité des touristes, soit 93% n'ont pas reçu de dépliants ou bien d'informations sur les sites, les différentes activités culturelles et sur les endroits touristiques de la wilaya, ce qui nous a bien confirmé l'absence d'une démarche marketing dans la wilaya.

Nous pouvons conclure que les acteurs locaux n'ont aucun rôle dans la promotion des produits touristiques quelque soit par la distribution des brochures, des dépliants, ou même par des affiches publicitaires.

Dans le cas où ces brochures sont distribuées, elles ne sont pas très attirantes. Cela est du au problème de financement et surtout à l'absence du professionnalisme des acteurs dans ce domaine, alors que la wilaya mérite d'être connue par ses différents festivals, fêtes qui se font dans plusieurs localités, surtout dans les régions de montagne, ce qui permet de développer à la fois un tourisme de montagne et un tourisme culturel.

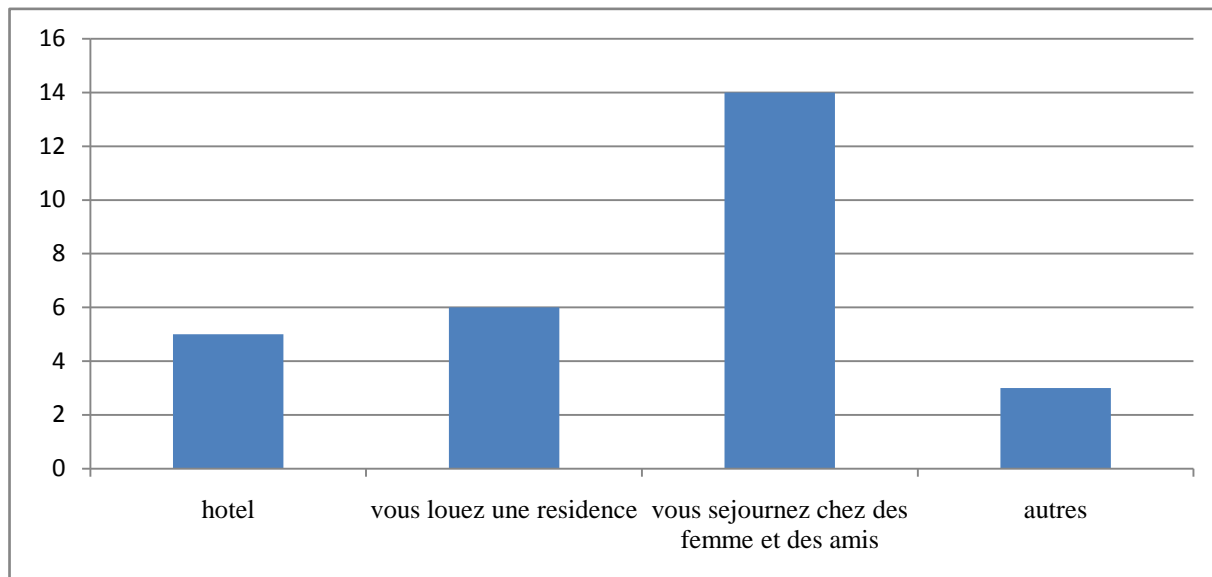
### **3.2 HEBERGEMENTS**

La moitié des séjours se font essentiellement chez la famille et les amis, suivie par les résidences secondaires et les hôtels avec des taux respectivement de 21% et 18 %.

Les résultats les plus importants sont présentés dans les graphes suivants :

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

Graphe n° 3 : Quel est votre mode d'hébergement ?



Source : Notre enquête

Il ya lieu de noter que les touristes dont le mode d'hébergement se fait à l'hôtel, trouvent que leur hébergement est de moyenne qualité. D'après eux, cela est du à la vétusté des équipements et au manque d'entretien. Les touristes interrogés sont satisfaits de la restauration des hôtels, mais ils se plaignent de la cherté des prix du service appliqués que ce soit d'hébergement ou de restauration.

Pour l'animation et les loisirs, le taux d'insatisfaction est de 60%.

### 3.3 RESTAURATION HORS HOTELS

Les résultats sont différents de ceux obtenus au niveau de la restauration dans les hôtels. En effet, le taux d'insatisfaction est de 62%. La majorité a réclamé sur l'absence de l'hygiène, de la propreté dans les restaurants et surtout le problème des sanitaires qu'ils trouvent négligés par les propriétaires des restaurants.

Le point commun abordé par les touristes, est celui du rapport qualité / prix que ce soit dans les hôtels ou dans les restaurants, selon eux ; la qualité du service est largement loin du prix appliqué surtout au bord de la mer où la demande est très élevée.

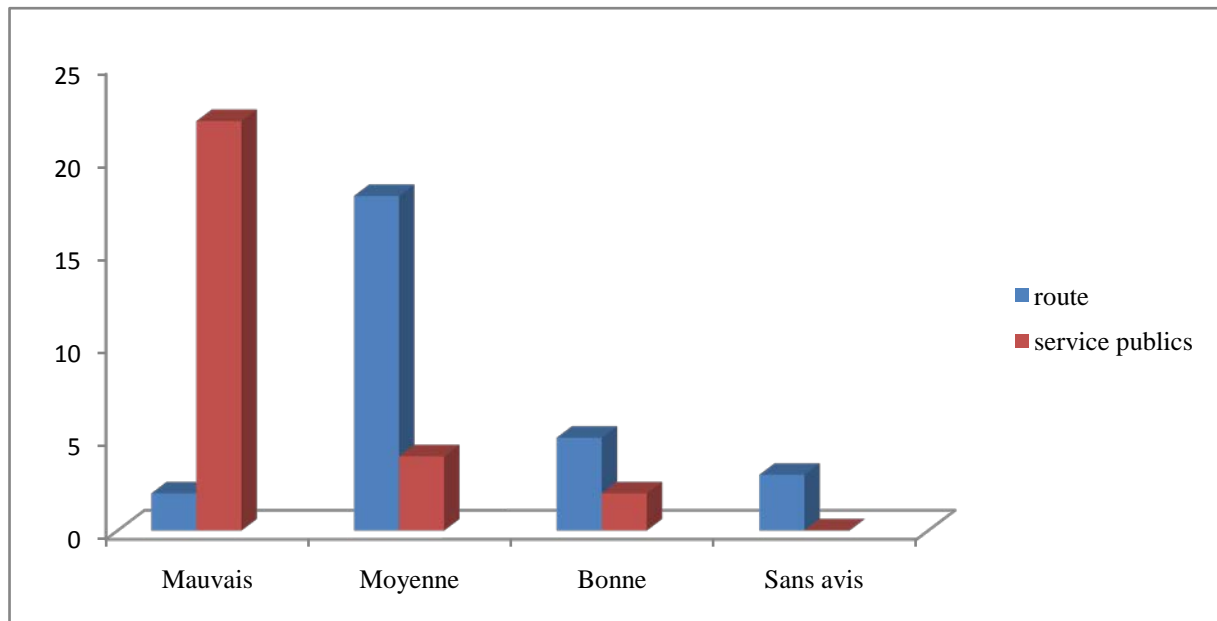
### 3.4 LES INFRASTRUCTURES

La question posée sur les infrastructures « comment vous trouvez les infrastructures de la wilaya de Tizi Ouzou ? Routes et services publics a pour objectif de savoir l'appréciation des touristes de l'état actuel des infrastructures de la wilaya. La figure suivante représente les résultats.



## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

**Graphes n° 4 : Comment vous trouvez les infrastructures de la wilaya de Tizi Ouzou ?**



Source : Notre enquête

La lecture du graphique n°4 nous montre que d'après les touristes, l'état des routes est moyen avec un taux de 64%. Alors que les services publics de la région sont considérés par la plupart des touristes en dessous de la moyenne, voir mauvaise avec un taux de 80% d'insatisfaction.

Ce dernier taux peut être expliqué par plusieurs carences dans les services publics : mauvais accueil, l'anarchie totale, lenteur des services, bureaucratie, manque de l'outil informatique...

### 3.5 LE TRANSPORT

D'après les touristes, les moyens de transport sont jugés satisfaisants, sauf qu'ils ont réclamé sur le problème de circulation surtout en ville. Et le problème des horaires d'arrêt pour les bus qui mènent vers les régions de montagne, 23 touristes sur 28 ont signalé ce problème.

Notre discussion avec les touristes nous amène à dire qu'en général ils détestent la saleté et la pollution de tous les lieux touristiques et des villes de la région, ajoutant à cela, le manque d'hygiène, les embouteillages, la qualité des services administratifs, le rapport prix/qualité des prestations touristiques et certains comportements des gens de la région qui sont expliqués par la non sensibilisation et l'absence d'une culture touristique.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

D'un autre côté, les répondants aiment les traditions de Tizi Ouzou d'une manière générale, sa culture (4%), ses plages et sa montagne pour son calme et son climat.

### **II. LES VULNERABILITES DE L'OFFRE TOURISTIQUE DE LA WILAYA DE TIZI OUZOU**

Dans le chapitre précédent, nous avons présenté les potentialités touristiques dont dispose la wilaya de Tizi Ouzou. Ces potentialités importantes et diverses sont malheureusement non ou mal exploitées ce qui entrave le développement de l'activité touristique. Or, l'avenir économique de la région en tant que région côtière et de montagne dépend de la valorisation de ces atouts.

Pour y remédier et trouver les solutions adéquates, il faut d'abord définir les contraintes qui empêchent le développement du secteur du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou. Cela fera l'objet de cette section.

Ces contraintes ont été constatées sur la base de la consultation de plusieurs documents et articles de journaux en premier lieu. En second lieu, nos entretiens avec les responsables du secteur du tourisme et d'autres directions nous ont permis de faire ressortir d'autres contraintes que nous n'avons pas pu faire ressortir dans notre questionnaire, mais surtout sur la base de nos visites et remarques aux sites.

#### **1. FAIBLE SECURITE**

La sécurité ou bien la situation sécuritaire du pays ou de la ville à visiter est l'une des conditions importantes afin qu'il y ait tourisme.

Le terrorisme est parmi les menaces les plus dangereuses qui influencent non seulement le tourisme national, mais aussi le tourisme international.

En termes de sécurité, l'Algérie est classée à la 83<sup>ème</sup> place. Le développement du tourisme en Algérie se heurte encore aujourd'hui aux contraintes sécuritaires des années 90<sup>1</sup>.

En effet, le terrorisme a poussé les touristes étrangers à construire une mauvaise image vis-à-vis de l'Algérie. Le touriste est toujours à la recherche d'une destination plus sûre et plus stable au lieu d'une destination risquée.

Au cours de nos recherches sur l'image sécuritaire de l'Algérie vis-à-vis de l'étranger, nous avons trouvé un site sur internet qui avertit les touristes de visiter l'Algérie et de prendre des précautions dans le cas contraire.

---

<sup>1</sup> HAROUAT Fatima Zohra : « comment promouvoir le tourisme en Algérie ? » ; Mémoire présenté en vue de l'obtention d'un magister en marketing des services, université de Telemcen, 2011/2012, page 80.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

« La situation économique et sociale est tendue. Le risque de troubles ne peut pas être écarté. Il y a un risque d'attentats terroristes sur l'ensemble du territoire. Les cibles sont souvent des institutions publiques, ainsi que des entreprises étrangères et leurs employés(...) Le risque d'enlèvement existe dans tout le pays. Dans les régions désertiques du sud, ce risque est considéré comme élevé. Prenez également en considération la rubrique terrorisme et enlèvements. Des terroristes et des bandits continuent de perpétrer des agressions mortelles sur les routes de province dans le nord du pays. En outre, des combats sporadiques ont lieu entre des terroristes et l'armée.

Il convient notamment d'observer les précautions suivantes:

- Laissez à une personne digne de confiance le soin d'organiser votre voyage.
- Demandez à quelqu'un de venir vous chercher à l'aéroport et de vous accompagner à l'hôtel.
- Choisissez des hôtels et restaurants qui sont dotés d'un bon dispositif de sécurité.
- Limitez le lieu de séjour aux grandes agglomérations et effectuez tout voyage à l'intérieur du pays si possible par avion. Si pour des raisons professionnelles un voyage par la route s'avère indispensable, assurez-vous que votre partenaire en affaires s'est bien informé auprès de la police des mesures de sécurité les plus efficaces. Renoncez toutefois à effectuer des déplacements interurbains la nuit en raison des risques accrus d'accidents et d'agressions.
- Si vous effectuez un long séjour ou si vous vous rendez plusieurs fois dans le pays, pensez de temps à autre à changer votre emploi du temps. »

Cette image d'insécurité a une influence négative sur le développement d'un tourisme international dans la wilaya de Tizi Ouzou car son image est étroitement liée avec celle du pays

Il ya lieu de noter que le problème sécuritaire s'est largement amélioré ces dernière année, et cela ne représente pas une contrainte pour le tourisme national.

En plus de l'image sécuritaire négative, la wilaya de Tizi Ouzou se trouve aussi confrontée à une autre contrainte qui empêche non seulement le développement de son économie mais aussi empêche le développement du secteur du tourisme, c'est le *kidnapping* où Tizi Ouzou figure à la tête des victimes de ce phénomène à l'échelle du pays.

Le phénomène est tellement lucratif qu'il s'est transformé en une véritable industrie qui carbure à plein régime. Ce phénomène est devenu une industrie depuis 2005 où près de 80 kidnappings ont été enregistrés en Kabylie, presque exclusivement dans la wilaya de Tizi Ouzou. Cela représente, en moyenne, presque un kidnapping par mois. Les recoupements permettent de constater que les victimes sont choisies en fonction de leur situation financière présumée, les hommes d'affaires, les industriels et les émigrés constituant la cible principale.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

La multiplication de ces kidnappings provoque un effet néfaste sur le tissu économique de la région dans la mesure où elle fait fuir les hommes d'affaires et les investisseurs.

### 2. MANQUE D'INFRASTRUCTURE DE BASE

Les infrastructures de base représentent un élément indispensable de l'activité touristique, ils regroupent les installations, moyens ou services permanents utilisés pour la fourniture de services visant à l'amélioration des conditions de vie de la population. Donc ce ne sont pas proprement des infrastructures touristiques mais dont la présence catalyse l'activité touristique : infrastructures de transport, moyens de communication, services publics...

Dans la région de Tizi Ouzou, ces éléments ne sont pas toujours en bon état pour soutenir l'activité touristique. Des carences de tous genres sont à signaler à ce niveau tel que le manque de qualité, de la propreté et de modernité de ces infrastructures.

Le manque d'infrastructures est flagrant. Même les infrastructures existantes sont dans un état lamentable. En matières de services publics, par exemple, des insuffisances sont à signaler au niveau de la propreté, de l'embellissement des villes et de l'aménagement de l'espace public (espace vert, éclairage public, parcs...), etc.

- Le réseau routier de la wilaya est relativement convenable avec beaucoup de ruptures marquant le passage d'une route bonne à une autre moins bonne voire mauvaise surtout au niveau des chemins communaux. Cela est dû essentiellement au manque d'entretien, ce qui explique la dégradation du réseau routier qui engendre de nombreux retards et désagréments : embouteillages, accidents...etc.

Parlons du transport qui est aussi un maillon incontournable dans la chaîne touristique ; qui assure non seulement le lien entre l'espace émetteur et l'espace récepteur, mais également les déplacements des touristes sur le lieu de son séjour.

Le transport des voyageurs dans la région de Tizi Ouzou a connu une nette amélioration et un développement quantitatif très important au cours de cette dernière décennie, après l'ouverture de ce secteur à l'initiative privée, ce qui a conduit au désenclavement de plusieurs régions. Mais malgré cette évolution continue, l'offre du transport reste loin d'assurer un service de qualité (non respect des heures de départ et de retours, parfois la vétusté des bus de transport, ajoutant à cela la clôture du service avant 18h).

- Le secteur de la santé est aussi défaillant, il reste loin de satisfaire les attentes de la population, malgré les efforts qui ont été consentis dans le but d'améliorer les conditions d'accueil et de prise en charge du citoyen. La wilaya compte 7 hôpitaux (Aïn El Hammam, Larbaâ Nath Irathen, Draâ El Mizan, Azazga, Azeffoun, Tigzirt, et

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Belloua). Les problèmes rencontrés sont liés à la qualité de soins et à l'absence de médicaments pour certaines maladies. Le plus souvent, les malades se rabattent sur le privé.

- L'état des trottoirs est attristant ; par fois sont inexistantes et parfois sont occupés par les commerçants et une grande anarchie y règne. Une fois la nuit tombée, les trottoirs se transforment en parking de voitures.
- Quant à l'éclairage public, il est défaillant puisque des quartiers entiers surtout dans les villages en pleine montagne tombent dans l'obscurité. A la tombée de la nuit, sans une lampe de poche, l'on ne peut pas emprunter la route. Mais on remarque bien que des lampadaires décorent bien les lieux, mais leurs lampes, certainement grillées ou vandalisées, n'ont jamais été changées.

En résumé, la wilaya possède plusieurs infrastructures et malgré l'amélioration qu'a connu la wilaya ces dernières années (routes) mais cela reste toujours insuffisants car ces infrastructures sur le plan qualitatif ne participent pas à la dynamisation de la wilaya surtout sur le volet touristique et cela est dû à la mauvaise gestion et surtout à leurs réalisations anarchiques qui se font généralement sans étude.

### **3. UNE OFFRE TOURISTIQUE DERIVEE INSUFFISANTE**

L'offre touristique dérivée désigne les équipements mis en place par l'homme pour répondre spécifiquement à la demande touristique (équipements d'hébergement et de restauration, agences de voyage, équipements de divertissement, de distraction...) et les équipements qui ne sont pas proprement touristiques mais dont la présence catalyse l'activité touristique (moyens de transport et de communication, commerces, divers services...). Nous discutons ici de la première catégorie de cette offre, destinée spécifiquement à la demande touristique.

Malgré ses 85 Km de bande côtière et ses atouts naturels et culturels, le manque d'infrastructures dérivées se fait sentir à Tizi Ouzou. En effet, la région comporte principalement des établissements d'hébergement, des restaurants et des agences de voyages.

Pour ce qui concerne l'offre de la région en restaurants classés dans la catégorie touristique et les agences de voyage, elle demeure limitée.

Les structures d'hébergement comptent des hôtels, dont la majorité d'entre eux sont de moyenne classe, on note l'absence d'hôtels dans la catégorie 5 étoiles et de chaîne internationale.

Le nombre total de lits est de 1720 lits ce que nous amène à dire que la région est loin de pouvoir accueillir autant de touristes que d'habitants permanents.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

L'Algérie en général et Tizi Ouzou en particulier accuse un retard important dans ses infrastructures touristiques, engendré par les années de négligence, ce qui explique que la majorité des hôtels de la wilaya ne répondent pas aux standards internationaux, que ce soit en matière de qualité d'hébergement ou de services offerts aux clients.

La vétusté des équipements affecte en premier lieu le service d'hébergement dans les hôtels où le confort du client ne semble pas être une préoccupation centrale. A l'exception des hôtels construits récemment.

D'après nos visites aux hôtels de la wilaya, nous avons constaté que la majorité des établissements fonctionnent avec des équipements anciens, qui n'ont pas fait l'objet de rénovation. Le manque d'entretien affecte ces équipements avec des carences sur le plan d'hygiène. Généralement, le service d'étages est confié à des femmes ou à des valets de chambre ne jouissant pas des compétences requises, faute de formation à ce métier, ce service n'étant pas considéré comme un métier à part entière par les propriétaires d'hôtels.

Nous avons remarqué aussi que les produits offerts sont pauvres en service, ils se présentent plutôt sous la forme d'un ensemble de services limités que le touriste vient chercher au niveau de l'hôtel. Ces services se limitent à l'hébergement et la restauration, et dans certains cas à l'animation. Cette dernière dans certains cas très rares à vrai dire, les hôtels de la région accusent un manque d'espaces d'animation (équipement sportif et de loisirs et programmes d'animation...).

Dans chaque ville d'importance, l'Etat gère un hôtel, souvent construit dans les années 1960, dans la wilaya de Tizi Ouzou l'Etat (ETK) est chargée de la gestion de trois hôtels (Hotel LALA KHADIDJA, BELOUA , BRACELET D'ARGENT) ces hôtels, sont toujours bien situés, mais malheureusement vieillissent, cela est dû à l'absence d'entretien et de modernisation.

Le nombre d'hôtels classés à Tizi Ouzou ne représente que 21% du total des établissements. Le classement actuel avantage quelques hôtels en leur attribuant un rang supérieur à celui qu'ils méritent. Cette défaillance est due au manque de rigueur dans l'attribution des étoiles et à la non actualisation de l'opération de classement au fil des années (il y a des hôtels qui portent des étoiles attribuées par un classement très ancien alors qu'ils ne les méritent plus de nos jours).

En plus des entreprises typiquement touristiques, l'offre touristique dérivée comprend aussi des équipements de distraction permettant aux touristes de jouir directement des ressources touristiques et de se livrer à diverses activités : sportives, de loisir, de détente, etc.

Ces équipements sont divers et nombreux, on distingue quatre groupes : les équipements naturels (sentiers de randonnées, parcs naturels, parcs zoologiques et musées

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

océanographiques), les équipements sportifs, les équipements culturels et les équipements de divertissement (salles de jeux, casinos, discothèques, cabarets, bars, etc.).

L'infrastructure sportive dont dispose la région est moyenne et, dans l'ensemble, mal entretenue (stade omnisport, salles omnisports, stades communaux, piscine olympique...). Les équipements culturels de la région demeurent modestes et moyennement animés (Théâtre régional, cinémathèque, salles de cinéma, Maison de la culture, maisons de jeune et une radio locale). En termes d'équipements de divertissement, la région ne possède que des bars et des discothèques localisées en général dans les hôtels les mieux équipés, et quelques restaurants.

Ajoutant à cela que les tarifs appliqués dans les hôtels et par les particuliers qui louent leurs maisons en bord de mer chaque été sont inabordables. Ils sont en effet loin d'être à la portée des bourses moyennes. C'est ainsi que les touristes sont découragés par les prix pratiqués. Passer quelques jours de vacances reste donc un privilège réservé aux plus aisés.

Pour un simple F1 le touriste paye 3.500 DA/jour, tandis que le F2 est proposé entre 5.000 et 9.000 DA/ jour. Des prix qui contraignent la majorité des estivants. En Tunisie ou au Maroc, Avec le même budget, soit l'équivalent de 4.500 DA/ jour, le touriste est logé et nourri dans un hôtel de luxe.

### 4. LA PROPRETE ET HYGIENE

Il ne peut y avoir de tourisme sans de bonnes conditions d'hygiène environnementale car nous ne pouvons pas attirer des touristes sur des circuits jalonnés de décharges publiques.

Ce qui est flagrant à Tizi Ouzou, c'est la saleté. En effet, les dépotoirs, décharges et sacs plastiques polluent le long des routes et des villes. Les ordures sont insupportables, les poubelles déposées partout, les égouts en plein air.....

Selon Une étude<sup>2</sup> effectuée par les brigades de la protection de l'environnement relevant de la Gendarmerie nationale afin de classer les wilayas les plus sales en Algérie <sup>2</sup> Tizi Ouzou vient en tête des wilayas les plus sales d'Algérie, avec 1 361 décharges sauvages sur les 2 260 recensées à travers le pays. Avec 1,2 million d'habitants répartis sur une superficie de 3 568 km<sup>2</sup>, Tizi Ouzou abrite plus de la moitié des décharges sauvages du pays. Plus de 60% des décharges non autorisées se trouvent hors agglomération, dans des zones désertes, montagneuses, forestières ou même agricoles.

Ces décharges, qui ne répondent à aucune norme en matière de traitement des déchets, constituent une véritable menace pour la santé publique, car elles représentent des foyers favorables à la multiplication de toutes sortes d'insectes nuisibles.

---

<sup>2</sup> <http://bel-abbes.info/?p=13446>

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Il est évident que la population n'a jamais été sensibilisée correctement sur ce problème. Ce problème d'hygiène touche également toute la wilaya, allant des mers à la montagne. Notons aussi le manque d'hygiène dans la majorité des restaurants et cafétéria, et on se demande si les inspecteurs chargés de l'hygiène font leur travail des contrôleurs correctement.

Un autre problème est celui des toilettes publiques, il se pose dans les villes algériennes, notamment les grandes agglomérations, Les boulevards principaux de la capitale ne disposent pas de toilettes publiques pour satisfaire un besoin naturel. Des cités construites sans qu'il soit réservé un espace de choix pour les infrastructures de ce genre.

Dans les lieux publics, les écoles, les parcs, les cafés, les restaurants, les gares, les hôpitaux... les toilettes sont les lieux les plus négligés et les plus sales.

### 5. UN FORT BESOIN DE PROFESSIONNALISATION

Le tourisme est une activité de service, donc la qualité de la ressource humaine revêt une importance considérable. La valeur de la formation s'avère déterminante, la formation aux métiers du tourisme permet d'avoir une main d'œuvre qualifiée, d'améliorer la qualité des services offerts et d'intégrer facilement les jeunes de la région qui veulent travailler dans ce secteur. Si nous prenons l'exemple de l'hôtellerie, ce secteur nécessite à la fois un personnel d'encadrement très qualifié (les cadres), et une main d'œuvre d'exécution formée.

Les ressources humaines représentent un maillon faible du secteur touristique en Algérie en général. En termes de ressources humaines, notre pays est classé à la 96eme place<sup>3</sup>. Ce faible classement s'explique par un personnel non qualifié incapable de recevoir la clientèle d'une manière convenable.

Tizi Ouzou contrairement aux autres wilayas du pays se trouve dotée de plusieurs écoles et d'instituts de formation dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, qui forme chaque année un nombre important de personnel dans le domaine.

Tizi Ouzou malgré la présence de plusieurs écoles de formation dans le domaine du tourisme et de l'hôtellerie, l'insuffisance en personnel de qualité est une réalité constatée par tous.

D'après nos visites dans plusieurs restaurants et Faste Food dans plusieurs communes. Dans la plupart de ces cafés et restaurants populaires, la politesse, la civilité et la propreté ne sont pas les choses les mieux prisées, ajoutant à cela, la qualité des services et d'accueil restent défaillantes et ne reflètent pas du tout une formation qualifiée, ce qui nous permet de

---

<sup>3</sup> HAROUAT Fatima Zohra : « comment promouvoir le tourisme en Algérie ? » ; Mémoire présenté en vue de l'obtention d'un magister en marketing des services, université de Tlemcen, 2011/2012, page 90.



## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

conclure que ces centres de formations privilégient l'aspect quantitatif au détriment d'indicateurs qualitatifs.

Le manque de professionnalisme ne touche pas seulement le secteur de l'hôtellerie et de restauration mais plus grave encore, il touche les administrateurs chargés de la planification et de la gestion de secteurs où dans la plupart des cas, n'ont aucune relation avec le domaine. D'après ce qu'on a constaté, la majorité d'entre eux sont titulaires d'une licence en sciences administratives et juridiques.

Le secteur de l'artisanat n'est pas exclu de cette réalité, d'après nos entretiens avec les artisans, nous avons constaté que la plupart d'entre eux ont hérité leur métier de leur père (de père en fils) et peu d'entre eux ont fait une formation. Cela s'est traduit par un manque d'organisation, de la production, de la promotion, de la diffusion et de la commercialisation des produits et biens culturels.

Les fondateurs et les membres des associations qui activent dans le domaine du tourisme à l'échelle de la wilaya de Tizi Ouzou (voir chapitre 2) ne sont pas aussi des professionnels dans le domaine du tourisme, ils ne sont que des volontaires de différentes formations et spécialités qui veulent améliorer la situation de leurs régions par la promotion du secteur touristique.

### **6. PATRIMOINE MECONNU**

Dans certaines conditions, le patrimoine peut devenir une ressource capable de générer des activités. Ces dernières, multiples et variées, mettent en jeu un ensemble d'acteurs et peuvent être un support de réseaux territoriaux. En effet, dans plusieurs cas les activités créées à partir du patrimoine sont liées directement ou indirectement au tourisme.

Tourisme et patrimoine sont étroitement liés ; il suffit de voir la corrélation entre les sites patrimoniaux et la fréquentation touristique des régions/villes concernées pour le vérifier. L'intérêt pour le patrimoine et celui accordé à sa valorisation touristique vont de pair. Il s'agit à la fois de créer de nouveaux lieux et produits touristiques afin d'augmenter l'attractivité des territoires et de construire une offre d'activités et par là, créer des richesses et des emplois.

Historiquement, l'artisanat kabyle a joué un grand rôle économique et social. Il reste une source non négligeable de revenus et continue à constituer pour la population un complément de ressource indispensable.

Mais malheureusement, de nos jours, l'artisanat kabyle est aujourd'hui menacé. La pénurie des matières premières, l'absence de soutien étatique, ont contribué à étouffer le marché de l'artisanat traditionnel. L'évolution technologique, l'apparition des métiers à

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

référent industriel ont porté un coup funeste aux conceptions artisanales ancrées dans les foyers.

Le patrimoine de la région demeure méconnu par la population locale et très peu valorisé, aujourd'hui, rarement où on entend parler des zawiyas .... Et il suffit de jeter un coup d'œil sur les sites archéologiques et historiques de la région pour se rendre compte de cette triste réalité et de leur état attristant qui se dégrade de jour en jour.

L'état des lieux dans lequel se trouve notre patrimoine explique la négligence ou bien la marginalisation de ce patrimoine par les autorités locales ainsi que par la population de la région qui ne se rend pas compte de son importance et de sa valeur économique.

### **7. FAIBLE UTILISATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

Les nouvelles technologies sont de plus en plus sollicitées par les visiteurs et constituent une véritable opportunité d'enrichir l'offre touristique. Le Web est devenu un enjeu majeur pour promouvoir le tourisme et conquérir des marchés. Il est le nerf de l'ère moderne. Il est devenu nécessaire d'utiliser les technologies de l'information et de la communication<sup>4</sup>.

Le tourisme international est de plus en plus soumis à une forte pression de la concurrence qui se caractérise, à son tour, par une amélioration de la qualité et la réduction des tarifs des prestations touristiques. Cette situation a poussé l'ensemble des destinations (pays développés) à œuvrer pour l'appropriation des technologies modernes de l'information et de la communication au service de leurs stratégies promotionnelles et de leurs politiques commerciales.

Malheureusement, l'Algérie enregistre un retard important dans ce domaine, ce qui limite son influence sur les marchés internationaux des voyages et des loisirs. Elle est classée à la 95<sup>ème</sup> place en termes d'infrastructures des TIC<sup>5</sup>. Ce faible classement est expliqué plus particulièrement par l'incapacité de L'Algérie à faire face aux évolutions technologiques, ce qui a entraîné une croissance basse de la moyenne de l'investissement publicitaire dans le domaine touristique.

Tizi Ouzou accuse un très grand retard dans ce domaine surtout dans ses villages isolés. Si le réseau de téléphone mobile est bien dense, le téléphone fixe et le réseau Internet sont encore médiocres. (Connexion lente, faible débit, coupure carrément).

---

<sup>4</sup> BOUCHAOUR MOHAMED HARIRI : « impact de la mondialisation culturelle sur le secteur du tourisme en Algérie » ; revue académique des études sociales et humaines n 6; page 6

<sup>5</sup> BOUCHAOUR MOHAMED HARIRI opcit page 3.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Les services financiers et quasi-financiers assurés par les agences bancaires et d'assurance ne sont pas aussi très développés dans la région. D'abord, le réseau de ces agences n'est pas assez dense, ensuite, les services offerts par celles-ci demeurent basiques et de médiocre qualité. Plusieurs moyens modernes de paiement et d'autres produits et services financiers ne sont pas encore au menu de ces agences (paiement électronique, carte bancaire, services en ligne...).

### 8. LES CONTRAINTES LIEES A L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE

Le secteur du tourisme en Algérie trouve du mal à attirer les investisseurs étrangers et à concrétiser ses objectifs sur le terrain, et pourtant, les lois pour la promotion du tourisme ne manquent pas et les potentialités en matière de tourisme non plus.

Ce retard est l'une des conséquences des années de terrorisme, sans omettre de relever l'absence d'une stratégie continue en la matière. Car chaque ministre arrive avec une nouvelle stratégie qui divorce avec la stratégie précédente, raison pour laquelle les projets touristiques n'arrivent toujours pas au bout de leur chemin.

Le même cas pour le développement du secteur du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou qui est confronté à plusieurs contraintes liées à l'investissement. Ces contraintes freinent la dynamique de création d'entreprises et découragent tout entrepreneur et opérateurs privés qui désirent lancer des projets d'investissements dans la région notamment la construction de nouvelles infrastructures touristiques capables d'accueillir les estivants et les touristes de divers horizons, sachant que la wilaya accuse un déficit énorme en la matière.

Ces contraintes sont essentiellement de trois ordres : bureaucratique à titre d'exemple les lenteurs administratives dans le traitement des dossiers d'investissement au niveau du ministère de la tutelle et des organismes étatiques de promotion de l'investissement.

D'ordre financier qui sont multiples à leur tête l'accès au crédit bancaire reste difficile, des projets sont souvent en arrêt à cause du manque de financement.

Et surtout, d'ordre foncier où l'accès au foncier demeure difficile pour plusieurs raisons : spéculation, litiges autour de la propriété foncière...

L'exemple le plus explicatif de cette situation est celui de l'état des 8 zones d'expansion et sites touristiques (ZEST) qui sont créées en 1988 le long des côtes balnéaires des communes de Tizirt, Azeffoun, Iflissen et Ait Chafâa.

La situation des ZEST reste au stade des études après plus de 25 ans de leur délimitation. Deux études seulement sur 8 sont achevées et approuvées. Il s'agit des ZEST d'Azeffoun et de Sidi Khelifa (Ait Chafâa). Les 6 autres sont en cours d'étude ou carrément non lancées, parce que elles sont confrontées à des problèmes de foncier, les terres appartenant soit au privé soit aux collectivités locales, et faute aussi de financement des

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

grands projets d'aménagement des zones touristiques pour la simple raison que nous n'avons pas une banque spécialisée dans le développement du tourisme, comme ça se fait ailleurs.

Un autre exemple est dans le cadre de la valorisation du tourisme de montagne, en vue de créer des lieux de loisirs et de détente pour les visiteurs, des projets restent gelés où l'étude n'est pas lancée, pour ce qui est à titre d'exemple de la réalisation de terrains de camping, de chalets et l'installation de tentes au niveau des massifs forestiers de Mizrana, Ait Chafâa en plus de celui ayant trait à la réhabilitation de la station de Tala Guilef (Boghni).<sup>6</sup>

### 9. ABSENCE DE COOPERATION ENTRE LES ACTEURS DU TOURISME.

Les politiques de tourisme en Algérie contiennent un certain nombre d'insuffisances qui peuvent s'analyser comme suit :

- Le manque d'efficacité des politiques de développement et l'absence ou l'insuffisance des stratégies touristiques et culturelles ;
- Le faible niveau de coopération entre les secteurs du tourisme et de la culture et le manque d'efficacité des principales institutions publiques, des structures intermédiaires chargées de coordonner les actions du tourisme et de la culture, notamment dans les politiques de promotion ;
- L'inexistence ou l'insuffisance de la coordination entre le ministère chargé du tourisme et les autres départements ministériels intervenant indirectement dans la mise en œuvre du tourisme.

La wilaya de Tizi Ouzou en particulier souffre d'une absence de corrélation entre les différents acteurs de la région quelque soient privés ou publiques. Et même une absence de collaboration entre les associations de tourisme et la direction du tourisme.

Ces institutions collaborent en cas de besoin (préparer un évènement, échanger des informations, effectuer des tâches communes...), mais jamais autour d'un projet de développement ou de promotion touristique dans la région.

La direction du tourisme et de l'artisanat développe peu de relations avec les acteurs en question. D'après nos entretiens avec les membres des associations du tourisme de la région voient en cette institution une simple administration qui collecte les statistiques et qui est peu impliquée dans l'activité touristique de la région.

Ce manque de relations entre entreprises, peut être expliqué par l'absence d'une culture de la coopération, cela empêche les économies d'agglomération qui seraient pourtant bénéfiques à tous et chacun des acteurs du secteur.

---

<sup>6</sup> [http://www.elwatan.com/regions/kabylie/tiziouzou/wilaya-de-tizi-ouzou-l-investissement-touristique-en-berne-07-06-2014-260212\\_144.php](http://www.elwatan.com/regions/kabylie/tiziouzou/wilaya-de-tizi-ouzou-l-investissement-touristique-en-berne-07-06-2014-260212_144.php)

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

Le renforcement de la coopération institutionnelle rendra l'environnement touristique dans la région plus approprié en offrant la possibilité de résoudre collectivement les problèmes de l'activité touristique (formation, financement, promotion, information...) et d'enraciner chez tous les acteurs concernés le sentiment d'appartenance à un système touristique local.

### III. SOLUTIONS : VERS A UN DEVELOPPEMENT DU TOURISME DANS LA WILAYA DE TIZI OUZOU

Après avoir présenté et fait ressortir les principaux obstacles empêchant le développement de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou, en se basant sur la perception des touristes sur les différentes prestations touristiques, ainsi sur la base de nos visites et remarques. Nous allons dans cette section proposer quelques solutions que nous jugeons nécessaires afin de dynamiser ce secteur et de profiter de ses avantages dans l'économie locale.

#### 1. LA CREATION D'UN CLIMAT FAVORABLE AU DEVELOPPEMENT DE L'ACTIVITE TOURISTIQUE

- **L'amélioration de l'image sécuritaire de la wilaya :** La sécurité des voyageurs est indispensable au développement de l'activité touristique. La sécurité a pris une place essentielle dans les décisions de voyage. Il est désormais entendu que l'assurance donnée aux visiteurs de pouvoir se déplacer et pratiquer des activités touristiques sans crainte est déterminante pour la compétitivité d'une destination.

La mauvaise influence de l'image sécuritaire de l'Algérie en générale, a eu vraiment une mauvaise influence sur l'image sécuritaire de la wilaya de Tizi Ouzou. Les responsables de la région doivent faire en sorte d'améliorer et de créer une image sécuritaire qui sera indépendante de celle de l'Algérie et cela en ayant recours à une démarche marketing des lieux de la région.

- **Amélioration des infrastructures de base :** Le développement touristique implique l'existence des infrastructures pour faciliter l'accès aux sites et le séjour sur place. Il faut aménager, c'est à dire mettre le site en adéquation avec l'imaginaire des touristes auxquels on s'adresse. Les responsables de la wilaya doivent améliorer les infrastructures de la région de façon à ce qu'elles soutiennent le développement de l'activité touristique. ( Promouvoir les routes et renforcer les routes existantes, construire de nouveaux hôpitaux afin de répondre à la forte demande, amélioration de la qualité des services publics, encourager les investissements dans le cadre touristique.

Dans ce sillage, le transport est un maillon incontournable dans le système touristique. Il doit occuper une place de choix dans les politiques de développement de la région car le

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

touriste ou l'excursionniste utilise des équipements et emprunte des moyens de transports. C'est pour cela que les autorités publiques sont obligées de s'intéresser au transport parce que c'est celui qui assure l'accès vers les destinations proposées. Notamment le site le plus spectaculaire, le monument le plus remarquable ne devient touristique qu'à partir du moment où il devient accessible.

La réduction de la distance-temps et de la distance-coût conduit vers un tourisme de masse voir vers un développement de l'activité touristique parce qu'un manque d'accessibilité va entraîner une perte d'une clientèle potentielle.

La wilaya de Tizi Ouzou comme nous l'avons déjà signalé dans la section précédente ; souffre d'un problème de la qualité de ces services et n'ont pas dans la quantité, c'est pour cela nous invitons les autorités à s'occuper de cette question et surtout, pour le cas des prolongements des horaires de service.

### - **Améliorer la capacité d'accueil et la qualité des prestations touristiques**

Tizi Ouzou souffre d'un manque flagrant d'infrastructures d'accueil, c'est pour cela, il est nécessaire :

- L'augmentation des capacités d'accueils, des structures hôtelières en quantité et en qualité ;
- Le respect de la propreté et de l'hygiène dans les services touristiques (sanitaire, restauration, hébergement...)
- Prévoir des auberges traditionnelles, en aménageant par exemple, certaines des anciennes maisons ;
- Le reclassement des hôtels pour qu'il y ait une corrélation entre le nombre d'étoiles et la qualité des services offerts ;
- Le contrôle des prix appliqués au niveau des différentes prestations touristiques;
- **Assurer la coopération et la coordination entre les différents acteurs directs ou indirects de l'activité touristique de la wilaya :** Dans le but de promouvoir le tourisme dans la région, les professionnels du tourisme doivent travailler en synergie et en étroite collaboration tout en dépassant leurs conflits. Autrement dit, sensibiliser les acteurs de la wilaya de Tizi Ouzou à travailler en partenariat autour d'un objectif commun, qui est le développement du tourisme.
- **Conception et application des mesures d'incitation au développement touristique (un environnement d'affaire attractif):** il s'agit de créer les conditions favorables

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

propres à instaurer un climat de confiance. Cette initiative va se concrétiser par des mesures spécifiques en faveur des investissements : crédit, conseils techniques, études, crédit garanti, facilités l'offre au niveau de l'acquisition des terrains, avantages fiscaux divers...

### 2. VALORISATION DU PATRIMOINE

L'artisanat constitue une activité principale dans la vie économique et sociale depuis la nuit des temps. Elle est pratiquée comme une source de vie dans les sociétés traditionnelles, comme c'est le cas de la terre notamment en milieu rural.

L'artisanat constitue aussi un des segments de notre identité culturelle, dans la wilaya de Tizi Ouzou tout comme sur le territoire national, cette activité se doit d'être sauvegardée et préservée comme patrimoine culturel, économique et social et surtout comme un vecteur principal pour attirer les touristes, voir développer l'activité touristique dans la wilaya.

La wilaya de Tizi Ouzou dispose d'un potentiel touristique fort qui est généralement le tourisme de chasse, de montagne, le tourisme balnéaire et le tourisme culturel qui pourrait être développé grâce à son patrimoine culturel et naturel, qui est riche et varié et surtout, grâce à ces mouvements culturels majeurs liés à ses différents savoirs faire.

Pour cela, les autorités publiques doivent augmenter leurs efforts pour sauvegarder, réhabiliter et intégrer ce patrimoine dans le processus de développement du tourisme dans la wilaya. Des actions de sauvegarde et de développement en faveur de cet art ancestral doivent être entreprises telles que :

- L'élargissement du marché local et la création d'emplois nouveaux avec de faibles investissements pour participer à la stabilisation et la promotion des populations rurales ;
- Adapter une démarche marketing pour attirer plus de touristes par plusieurs mécanismes : la signalisation pertinente des sites à partir des axes routiers par des plaquettes de monographies détaillées. Etablir une carte culturelle où chaque région serait identifiée par une manifestation culturelle.
- La restauration, la préservation et l'entretien des éléments attractifs qu'ils soient d'un potentiel patrimonial, matériel ou immatériel tels que les sites historiques et archéologiques, les parcs et les plages ;
- Collecter tous les éléments constitutifs des arts ancestraux de la wilaya, les valoriser et les présenter dans des musées des arts traditionnels ;
- L'encouragement des activités culturelles et artisanales, et la multiplication de l'organisation des salons d'artisanat, des expositions, des fêtes, des festivals. aussi bien ici en en Kabylie, qu'ailleurs.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

- Promouvoir de manière permanente le produit local pour faire face à la concurrence des produits étrangers qui inondent le marché algérien dans un contexte de mondialisation.
- Mettre l'accent sur la formation, notamment les acteurs du secteur de l'artisanat qui doivent pouvoir bénéficier de formations en matière de valorisation, de création de labels et de promotion, afin de pérenniser cette activité séculaire et la développer par l'introduction de nouvelles techniques qui conduisent vers l'enrichissement et la diversification des produits locaux.
- Lutter contre l'exode rural des jeunes en les impliquant dans les activités culturelles et touristiques par exemple, par des avantages fiscaux et faciliter l'octroi de crédits pour moderniser les ateliers existants et en créer de nouveaux,
- 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 (à travers des allègements fiscaux par exemple).
- Les enseignants doivent être les piliers de la transmission auprès d'une large partie des enfants et des jeunes, de la prise de conscience de l'importance de connaître et protéger le patrimoine.

En conclusion, nous pouvons dire que les relations tissées entre le tourisme d'un côté et l'artisanat et le patrimoine de l'autre sont à la fois réelles et souhaitées par les instances gouvernementales. Profitant de la qualité et de la diversité de l'artisanat, le tourisme améliore son image de marque, alors que la demande du tourisme en articles d'artisanat et de patrimoine dynamise ce dernier.

### **3. LE DEVELOPPEMENT DE L'UTILISATION DES NOUVELLES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

L'élément qui marque l'environnement de l'offre touristique est le développement spectaculaire des technologies de l'information et de la communication (TIC). Ces technologies offrent d'abord un environnement général propice au développement des produits touristiques et permet aussi de faciliter la tâche aux citoyens en développant des services en ligne et de recueillir leurs avis, leurs critiques et leurs propositions concernant des prestations qui ont des répercussions sur leur vie quotidienne.

Les techniques de l'information et le tourisme peuvent établir un nombre important de synergies, étant donné que le tourisme nécessite une quantité énorme d'informations. Le



## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

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, une image qui est bien souvent un facteur déterminant dans le choix de la destination. Comme le confirme Bouchaour Mohammed Hariri (OMT, *Marketing Tourism Destination on-line*, Madrid, 2000)<sup>7</sup>.

*« Si votre destination ne figure pas sur le web, elle risque d'être ignorée par les millions de personnes qui ont aujourd'hui accès à Internet et qui s'attendent à ce que chaque destination ait une présence très marquée sur le réseau. Ce dernier constitue le nouveau champ de bataille de la commercialisation des destinations touristiques et, si vous n'êtes pas présents, vous ne pouvez pas espérer gagner la bataille de la récupération des recettes touristiques ».*

Tizi Ouzou donc doit créer un site qui donne des informations en ligne sur l'histoire et la mémoire de la ville en plus de plusieurs autres informations concernant les structures et les administrations de la ville, les services de la ville, les agendas (fêtes, rendez-vous culturels,...).

Le développement des TIC doit toucher non seulement les services touristiques mais aussi l'ensemble des services dont dispose la wilaya tel que :

- Accélération de l'usage des TIC dans l'administration publique pour servir le citoyen de manière plus appropriée, notamment à travers la mise "en ligne" de ses différents services, ce qui permet la disponibilité de l'information n'importe où et n'importe quand. Tel que le développement de l'usage des cartes magnétiques, le paiement par cartes bancaires, paiement en ligne.
- Accélération de l'usage des TIC dans les entreprises touristiques en développant l'offre de services en ligne par les entreprises car l'internet est devenu un outil de réservation le plus pratique et rapide pour les futurs touristes.
- Développer l'accès des citoyens aux équipements et aux réseaux des TIC l'accès à internet doit se poursuivre. En effet, cet accès doit d'abord être élargi, pour permettre à tout citoyen, où qu'il se trouve sur le territoire de la wilaya, de bénéficier des services publics en ligne, tout en augmentant le nombre d'espaces publics communautaires : cybercafés, wifi ...

#### **4. FORMER POUR QUALIFIER ET PROFESSIONNALISER**

La formation du personnel est un élément fondamental dans le secteur touristique, car c'est ce qui détermine le degré de professionnalisme du secteur. Et c'est la qualité des prestations qui fait la différence entre les destinations touristiques.

---

<sup>7</sup> BOUCHAOUR MOHAMED opcit page 10.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

La qualité de la formation doit constituer une urgence 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 sentir ajoutant à cela, le manque d'une culture touristique convenable pour recevoir les visiteurs.

Il est important pour les professionnels du secteur d'encourager l'investissement en matière de formation touristique durant les années à venir en vue d'assurer la gestion des grands projets touristiques prévus dans le wilaya . Cela à travers les actions suivantes :

- La formation doit toucher non seulement les étudiants des écoles spécialisées de tourisme, mais aussi l'ensemble des travailleurs du secteur notamment les agents d'accueil, les guides et agences de voyages ;
- Le lancement d'une campagne de sensibilisation de la population, et l'intégration de la formation tourisme dans les programmes scolaire visant à expliquer l'importance du secteur du tourisme sur le plan économique, dans un avenir proche, pour amener toute la population à adhérer à cette idée et créer les prémices d'une culture du tourisme;
- La mise en place d'une politique adaptée de formation, de mise à niveau et d'actualisation des connaissances des professionnels du secteur pour améliorer les compétences managériales dans le domaine touristique;
- Les professionnels du tourisme doivent bénéficier de formations mettant l'accent sur toute la chaîne des actions concernées par le tourisme (conception, vente, marketing, accueil, etc.), ainsi que sur la qualité et la professionnalisation des services ;
- Les acteurs du secteur culturel tels que les artisans doivent aussi bénéficier d'une formation surtout de promotion et de commercialisation afin de bien commercialiser leurs produits ;

En résumé ; les autorités publiques doivent privilégier l'aspect qualitatif que l'aspect quantitatif.

### **5. ADOPTION D'UNE DEMARCHE MARKETING**

Pour attirer les clients vers ses marchés, il faut bien faire du marketing. Aujourd'hui, le champ d'application de cette discipline s'est élargi d'une manière remarquable dans plusieurs types d'organisations comme les organisations des services. Ces dernières années, nous avons assisté au développement notable du secteur touristique. Ce développement remarquable revient plus particulièrement aux efforts marketing. Ce dernier est devenu très important pour les pays qui possèdent une richesse touristique (les paysages naturels, historiques...).

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

En effet, les acteurs de l'activité touristique de la wilaya de Tizi Ouzou doivent comprendre que les potentialités à elles seules ne suffisent pas, car pour attirer l'attention des touristes, une démarche marketing doit être adaptée. D'une part, pour faire connaître son potentiel touristique et s'imposer face à ses concurrents, et d'autre part pour combler son déficit d'image.

Le marketing peut jouer le rôle du vecteur de relance et de promotion du tourisme à Tizi Ouzou. Il est devenu un outil incontournable pour la valorisation et l'amélioration de l'image touristique de la wilaya. Il est un élément important pour attirer des touristes et fidéliser la clientèle traditionnelle pour la destination Tizi Ouzou, tout en se basant sur les nouvelles technologies électroniques. La mise en place d'une bonne stratégie marketing au profit de la destination Tizi Ouzou est nécessaire à travers les actions suivantes.

- Renforcer l'image de marque de la wilaya pour qu'elle soit indépendante de celle de l'Algérie ;
- Le produit touristique de la wilaya ne sera en mesure de relever de nouveaux défis que par la consécration d'une base publicitaire reposant sur des méthodes marketing modernes de commercialisation des services et produits touristiques, par la distribution des dépliants et des brochures où les sites touristiques seront très bien représentés.
- Créer un site web officiel de la wilaya offrant toutes les informations nécessaires la concernant et présenter d'une façon attirante, toutes les potentialités touristiques et les projets à réaliser dans l'avenir.
- Améliorer l'affichage dans la rue par exemple à l'entrée de chaque ville, une carte doit être affichée pour représenter toutes ses potentialités, afin de rendre les passagers curieux de lui rendre visite ;
- Susciter l'intérêt de la presse en organisant plus d'évènements (sportifs, culturels, scientifiques,...) ;
- Inviter des journalistes étrangers et leur faciliter la tâche pour réaliser des reportages ou des émissions sur la wilaya.
- Utiliser les TIC pour atteindre les différentes cibles (email, sms,...) deviennent les modes de communication préférés des jeunes et des moins jeunes) ;
- Recourir à un personnel qualifié en marketing/ communication dans chaque organisme de la ville.

## Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.

---

### CONCLUSION

L'étude et l'analyse de la réalité de l'activité touristique de la wilaya de Tizi Ouzou nous a permis de comprendre les facteurs explicatifs du retard que connaît l'activité touristique.

Le tourisme est un système composé de plusieurs éléments qui sont en relation permanente. La défaillance d'un élément peut influencer sur le reste du système. C'est le cas des acteurs du tourisme dans la wilaya.

Plusieurs éléments du système touristique à Tizi Ouzou présentent des défaillances ce qui entrave le développement du tourisme dans cette région. Nous avons relevé entre autres les éléments suivants : un patrimoine mal conservé et méconnu, des infrastructures de base en mauvais états (services publics, infrastructures de transport, moyen de communication...), des services de transports de mauvaise qualité, des services financiers limités, un sous-système d'information touristique défaillant, des obstacles entravant l'investissement et un manque flagrant de formation aux métiers du tourisme.

L'amélioration de ces éléments est jugé nécessaire afin de créer un climat favorable au développement de l'activité touristique et profitant ainsi de ses vastes avantages sur l'économie locale, donc le rôle de chaque acteurs doit être bien et soigneusement défini afin d'atteindre des objectifs sur le long terme.

# **Conclusion générale**

## Conclusion générale

---

Pour ouvrir cette conclusion, nous rappelons que ce mémoire avait comme ambition de mettre l'accent sur les faiblesses et les contraintes qui entravent le développement de l'activité touristique dans la wilaya de Tizi Ouzou, où le tourisme est peu développé malgré la présence d'un potentiel naturel et culturel important, et de proposer quelques solutions afin de faire face à ces problèmes. Plus précisément, nous avons étudié la problématique suivante :

**« Pourquoi l'industrie touristique qui peut générer autant d'avantages, n'a pas connu dans la wilaya de Tizi Ouzou le développement escompté en rapport avec son énorme potentiel touristique ? ».**

Au cours de nos recherches sur le thème depuis la théorie jusqu'à la pratique, nous sommes parvenus aux résultats suivants:

À toutes les époques de son histoire, le tourisme a montré qu'il était un secteur dynamique réagissant en symbiose avec les sociétés modernes. Il est devenu aujourd'hui un des points centraux des politiques de développement et d'aménagement. Le développement du tourisme au niveau national et international a généralement été considéré comme un phénomène positif parce qu'il mettait en contact les hommes entre eux.

Aujourd'hui, le tourisme est un phénomène majeur dans la société et l'un des éléments qui caractérise les temps modernes. Son évolution, qui reflète l'évolution de la société et de sa culture, est remarquable par son ampleur et sa progression rapide quoique le tourisme soit un phénomène social récent au regard de l'histoire de l'humanité.

De nos jours, le tourisme est une activité économique à part entière à travers ses impacts sur les grands équilibres (emploi, balance externe et investissement) et ses stimulations multiples de l'économie à tous les niveaux grâce à ses effets d'entraînement, car il contribue à l'activité dans presque tous les secteurs économiques. Le processus par lequel le client (le touriste) se déplace vers le bien proposé (la destination), consomme des produits touristiques identifiables comme tels et effectue en outre sur place les dépenses nécessaires pour répondre à ses besoins quotidiens ce qui explique son effet positif sur les autres marchés de biens et services. Il est un gisement d'emplois et un facteur de croissance économique. Ces caractéristiques font du tourisme une activité qui séduit tout le monde, même les pays qui sont restés longtemps hostiles à l'accueil des étrangers, affichent désormais une grande ouverture à l'égard du tourisme. En effet le tourisme apparaît souvent aussi comme le seul espoir de sortie de crise pour les territoires dont les activités économiques sont en déclin.

Selon le ministre du Tourisme M. Cherif Rahmani, dans un entretien exclusif à Oxford Business Group (OBG), leader en matière d'intelligence économique et conseil. « *L'Algérie possède les ressources nécessaires pour se transformer en une destination touristique autonome, capable d'attirer un large éventail de touristes* »<sup>1</sup>. En effet, l'Algérie est un pays

---

<sup>1</sup> HAROUAT Fatima Zohra opcit, page 107.

## Conclusion générale

---

riche qui dispose d'un gisement touristique riche et diversifiant, mais malheureusement il n'a pas été suffisamment exploité. Elle a à la fois, vocation à devenir une destination de tourisme littoral avec 1200 Km de cote ensoleillés toute l'année et une trentaine de caps et tant de plages, une destination de tourisme vert et de montagne avec des plaines, des forêts, des sommets et des hauts plateaux, une destination exotique avec le deuxième plus grand déserts au monde et quelques dunes de sables (oasis), et bien sur une destination de tourisme culturel et historique avec ses villes qui possèdent un patrimoine remarquable et un passé particulièrement riche et diversifié. Elle regorge de richesses historiques, archéologiques et de paysages naturels à découvrir passionnément. Mais malheureusement, combien de plages discrètes, de forêts splendides, de vieux villages et des lieux chargés d'histoire restent ignorés de nos jours non seulement par les touristes mais souvent négligée par les habitants eux-mêmes. Ce pays possède les atouts d'une destination à part entière : un climat exceptionnel, un capital touristique inédit et une position géographique idéale, mais contrairement aux autres pays du pourtour méditerranéen, malheureusement l'Algérie n'a pas encore accordé au secteur du tourisme un rôle important dans ses différentes politiques de développement. Et elle souffre à nos jours des carences et des faiblesses dans de ce secteur. Comme le résume M. Hamiani par : « *le manque d'investissements, l'absence d'une culture touristique, un environnement d'affaire peu attractif et un personnel peu qualifié* ».

Le développement touristique ne dépend pas seulement de la présence d'un potentiel touristique sur un territoire, mais du regard accordé à celui-ci par les différents acteurs et de leurs capacités à le valoriser pour extraire les différents usages touristiques. La zone d'étude « wilaya de Tizi Ouzou » renferme un réel potentiel touristique pour développer l'activité touristique et répondre à une demande croissante de touristes désireux de rencontres authentiques et de découvertes cette région. Les zones rurales représentent un fort intérêt, notamment en ce qui concerne les fêtes traditionnelles, la fabrication d'artisanat, le recours au savoir-faire traditionnels et constituent de véritables creusets culturels. Les zones balnéaires compte à eux représentent des plus belles plages qui peuvent attirer l'attention des touristes, mais malheureusement les différents acteurs de la région n'arrivent pas vraiment à tirer parti de celui-ci pour susciter un développement touristique conséquent.

En s'appuyant sur les résultats de l'enquête que nous avons menée auprès d'un nombre restreint des visiteurs dans la Wilaya de Tizi Ouzou, nous avons tiré les conclusions suivantes sur la situation actuelle du tourisme au niveau de notre Wilaya :

La wilaya de Tizi Ouzou est confrontée à plusieurs problèmes qui rendent les séjours des touristes désagréables tels que : un offre touristique dérivée insuffisante et de mauvaise qualité, absence du rapport qualité/prix, manque des infrastructures de base, l'absence d'une culture de tourisme, absence d'hygiène et de propreté, le manque de commodités (électricité, gaz, l'eau),...etc.

Afin de remédier à cette situation, que cela soit pour le cas du pays en général ou bien pour la wilaya de Tizi Ouzou en particulier, il faudrait absolument que les autorités

## Conclusion générale

---

algériennes continuent à clamer haut et fort qu'elles sont pour le tourisme et qu'elles ont pris l'engagement de promouvoir ce secteur. Ces messages politiques forts peuvent attirer les acteurs concernés vers les divers créneaux du tourisme et contribuer à exercer des pressions à divers niveaux pour que les choses avancent.

Un ensemble de tâches que de l'Etat en général et les élus locaux de la wilaya en particulier doivent être cadré dans une politique touristique appropriée et qui sont :

- **Création d'un climat favorable au développement : l'image générale de la wilaya (assurer la sécurité surtout).**
- **Création d'une infrastructure économique pour le développement de la wilaya :** l'Etat doit créer et améliorer les réseaux de communication indispensables, les installations sanitaires, l'alimentation en eau potable, en fourniture de l'électricité, les voies d'accès aux centres d'intérêt touristique, etc.... Afin d'atteindre ces objectifs, l'ensemble des organes exécutifs (travaux publics, habitat, hydraulique, etc.) doivent conjuguer et harmoniser leurs efforts. L'absence de l'un d'entre eux conduit à l'échec de la réalisation voir à l'échec du développement du secteur touristique.
- **Organisation des services touristiques et formation des cadres techniques :** la détermination de l'Etat dans le développement de son industrie se mesure à ses interventions dans le secteur. La diversification des fonctions qui existent dans le secteur, l'oblige à une nécessaire adéquation entre les personnels et leur poste de travail. Le biais de la formation en est le meilleur garant.
- **Conception et application des mesures d'incitation au développement touristiques (un environnement d'affaire attractif):** il s'agit de créer les conditions favorables propres à instaurer un climat de confiance. Cette initiative va se concrétiser par des mesures spécifiques en faveur des investissements : crédit, conseil techniques, études, taux préférentiels d'intérêts, crédit garanti, facilités l'offre au niveau de l'acquisition des terrains, avantages fiscaux divers...
- **Réglementation et contrôle :** Des mesures rigoureuses de qualité et de service doivent être mises en œuvre, les autorités doivent assurer un suivi continu pour assurer des services touristique dans l'énorme à titre d'exemple le contrôle des prix appliqué dans les hôtels, les restaurants.
- **Formation de la conscience touristique des populations (culture touristique) :** sensibilisation de l'ensemble de la population sur l'apport du tourisme sur le plan économique.



## Conclusion générale

---

- **Promotion de la publicité et études du marché touristique (démarche marketing efficace) :** il faut souligner que c'est le secteur public qui s'en charge. Les villes algériennes, tout comme l'Algérie elle-même, ne devraient plus tarder à adopter une stratégie marketing pour pallier à la mauvaise image qui leur est attribuée. Une image héritée d'une décennie noire et renforcée par le manque ou l'inefficacité de communication algérienne, et l'acharnement des médias étrangers. L'Algérie et la wilaya de Tizi Ouzou doit établir une politique à travers les foires et les salons nationaux et internationaux de tourisme, ainsi que par une communication audiovisuelle et écrite (publicité).

La clé de la réussite du développement de n'importe quel activité économique en particulier l'activité touristique est ; la bonne gouvernance, où l'ensemble des projets présentés dans ce secteur soient mené en étroite coopération avec l'ensemble des partenaires publics et privés concernés car personne ne pourra faire, seul, quelque chose dans ce domaine qui implique une panoplie d'activités et d'acteurs. En effet, le secteur touristique nécessite une bonne coopération entre ses différents acteurs, des relations de confiance, d'incitation, de régulation... Rien ne se fera en dehors de ces coopérations entre différents acteurs. Et un fort soutien des gouvernements est nécessaire afin d'assurer la mise en place des orientations stratégiques ainsi que des actions aux niveaux national et régional.

En effet, les secteurs public et privé sont contraints de travailler ensemble, de collaborer ensemble et de coordonner leurs activités ensemble pour mettre en valeur le tourisme sur le plan régional.

Il ne suffit pas de ramener des touristes ; mais il faut penser à les fidéliser. Des mesures qui visent à fidéliser les touristes et les inciter à revenir à Tizi Ouzou sont nécessaires.

# **Bibliographie**

## OUVRAGES

- AKKACHE MAACHA Dehbia « Art, Artisanat traditionnel et Folklore de Kabylie », édition MEHDI 2008
- BOYER MARC, « Repères diachroniques du tourisme : choix de dattes, de faits et d'inventions », Edition Téoros, 14(2), 1995.
- CAZES GEORGES, « Fondements pour une géographie du tourisme et des loisirs », Edition Bréal, Novembre 1992.
- CUVELIER PASCAL « Anciennes et nouvelles forme du tourisme : une approche socio-économique » ; Edition L'Harmattan ; Paris ; 1998.
- DONSIMONI MYRIAM (collectif) ; « les bijoux d'Ath-Yenni : construire une attractivité territoriale sur les savoirs-faires artisanaux ancestraux » ; Edition : Achab.
- Equipe MIT « Le tourisme : Acteurs, lieux et enjeux », Edition Belin, 2004.
- FROCHOT ISABELLE « le marketing du tourisme » ; Edition Dunod ; paris ; 2007.
- GUIBILATO GERARD ; « Economie touristique » ; Edition DELTA SPES ; suisse 1983.
- GUIBILITO GIRARD : « Economie touristique et aménagement du territoire » Edition Delta Spes. Suisse 1983.
- HEDDAR BELKACEM « Rôle socio-économique du tourisme (cas de l'Algérie) ; Edition Enal, Alger ; 1998.
- KADT EMANUEL « tourisme passeport pour le développement local ? regards sur les effets culturels et sociaux du tourisme dans les pays en développement » ; Edition Economica ; Paris 1979.
- LANQUAR ROBERT « Le tourisme ; facteur de développement local » ; Edition PUde Grenoble ; Paris, 1999.
- LILIANE BENSAHEL : »le tourisme, facteur de développement local », Edition PUG ,1999.
- SPINDNER(J), DURAND (H) ; « le tourisme de masse au XXI<sup>e</sup> siècle », Edition l'Harmattan ,2003.
- TINARD YVES « le tourisme : Economie et management » Edition : Ediscience International, France ,1994.

- TINARD YVES « le tourisme : économie et montagne » ; Edition Ediscience international ; Paris ; 1994.
- TOCQUER GERARD (collectif), « marketing du tourisme », 2eme Edition gaetan morin, europe1999.
- TOCQUER GERARD « culture, tourisme et développement : les voies d'un rapprochement » ; Edition L'Harmattan ; Paris ; 2009.
- VELLAS FRANCOIS « Economie et politique du tourisme international » ; Edition Economica 2002.
- VIOLIER PHILIPPE « tourisme et développement local » ; Edition : Belin ; Paris 2008.
- VLES VINCENT « Le projet de station touristique », Presses Universitaires de Bordeaux (PUB), 28 Novembre 1996.
- YAKER Mohand Amine: « le DJURDJURA, une montagne à protéger », APW, 2010

## **THESES ET MEMOIRES**

- BELBACHA MOHAMED LAMINE ; Mémoire de Magistère ; “ La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable- Cas de Constantine ” ; Université Mentouri de Constantine ; Juin 2011
- BELKAID ESMA : « Marketing et image de marque de la ville, application à la ville de TLEMCEN », mémoire de magistère, université ABOU BAKR BELAID, TLEMCEN.2009.
- BEN MASSOU Si Mohamed « quel tourisme pour le Maroc dans le cadre d'une société des réseaux ?le cas de la région de marrakech-tensift-al haouz », thèse de doctorat, spécialité : géographie et tourisme, université Angers, 2011.
- HADDAD Noureddine, « Les déterminants du choix stratégique des entreprises touristiques», université de Tunis El Manar, Master 2005.
- HAROUAT Fatima Zohra : « comment promouvoir le tourisme en Algérie ? » ; Mémoire présenté en vue de l'obtention d'un magister en marketing des services, université de Tlemcen, 2011/2012.
- IDIR Mohamed Sofiane : « valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de béjaïa en kabylie et de djanet dans le tassili n'ajjer » ; thèse de Doctorat, spécialité science économique, université de GRENOBLE, 2013

- IDIR Mohamed Sofiane: « valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de béjaïa en kabylie et de djanel dans le tassili n'ajjer » ; thèse de Doctorat, spécialité science économique, université de GRENOBLE, 2013.
- KACIMI ZEGGAI NASSIMA DJOUHER: « Pour un développement intégré du tourisme en Algérie –le cas du littoral Algérois - » ; thèse de doctorat, université de PARIS –SORBONNE, 2013.
- KEITA Ousmane : « Distinction de deux formes de tourisme: classique et solidaire » Institut Universitaire de Bamako .Diplome Universitaire de Technologie D.U.T 2009, mémoire online
- SAHAB HABIBA : « Le conflit entre le tourisme et l'industrie dans la daïra de SKIKDA », mémoire de magistère, université de BADJI MOKHTAR, 2011.
- TESSA AHMED ; « La zone d'expansion touristique : outil d'aménagement du territoire et méthode d'analyse spatial » ; thèse de magistère
- Wafaa NASSER NASSER : » développement local, construction territoriale et tourisme : cas du liban », thèse de doctorat, université de Grenoble ; 2008.
- ZEGGANE Kamel: « l'offre touristique, cas de la wilaya de Tizi Ouzou » thèse de magister 1999.

## **DOCUMENT DIVERS**

- ABDLHAKIM HAMMOUDI ; « Politique publique, stratégie des acteurs et qualité du tourisme sud-méditerranéen », université de PARIS 2, 2008, PDF.
- ALA AL HAMARNECH ; « Tourisme international et terrorisme » ; université de Mainz, Allemagne, 2005. PDF
- AMMOUR LAURENCE AIDA : « La coopération de sécurité au Maghreb et au Sahel : l'Ambivalence de l'Algérie », 2012. PDF
- Annuaire statistique de la wilaya de TIZI OUZOU 2012.
- BABOU Omar « L'économie informelle en Algérie. Analyse à travers une enquête mixte (ménages/entreprises) dans la wilaya de Tizi-Ouzou » ; cahier de l'ATM, 2014

- BEN CHEIKH AHMED WALID, Cours 1 : phénomène de tourisme, page1, PDF
- BERIANE MAHAMED ; « Tourisme, culture et développement dans la région arabe ; Soutenir la culture pour développer le tourisme, développer le tourisme pour soutenir la culture », UNISCO. PDF
- BLUMRODT JEANS : « Comment vendre sa destination touristique sur internet ? Faire correspondre l'image de marque des sites touristiques français de bord de mer à l'image voulue par les élus de la ville », Rennes School of Business. PDF
- BOUCHAOUR MOHAMED HARIRI : « impact de la mondialisation culturelle sur le secteur du tourisme en Algérie » ; revue académique des études sociales et humaines n 6, PDF.
- Documents de la direction de la conservation des forêts de la wilaya de TIZI OUZOU
- Documents de la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de TIZI .OUZOU
- HOCHSTRASSER Roland: « Les défis du tourisme suisse, une nouvelle façon de communiquer dans le marché globale », université de LAUSANNE.2002, page 28.PDF
- KADRI Boualem, Revue de recherche en tourisme N°26-3, chroniques, p76-79, « www.teoros.revues.org »
- Les tendances et politiques du tourisme de L'OCDE 2010 : Chapitre 2 : Tourisme 2020 : les politiques pour promouvoir la compétitivité et le développement durable du tourisme.PDF
- Monographie de la wilaya de Tizi Ouzou 2009.
- Outil sur la réduction de la pauvreté par le tourisme en zones rurales, bureau international de travail (BIT) PDF
- Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2025.
- Staff de L'OCDE, Mesurer le rôle du tourisme dans les pays de l'OCDE : Manuel de l'OCDE sur les comptes satellite du tourisme et l'emploi, OCDE, Juillet 2000.

## SITES INTERNET

- [www.OMC.org](http://www.OMC.org)
- [www.insee.fr](http://www.insee.fr)
- <http://www.lexpressiondz.com>
- [http://dta-to.net/fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=15:office-et-associations-touristiques&catid=6:promotion-touristique&Itemid=16](http://dta-to.net/fr/index.php?option=com_content&view=article&id=15:office-et-associations-touristiques&catid=6:promotion-touristique&Itemid=16)
- <http://www.depechedekabylie.com/evenement/134070-une-premiere-pour-tizi-ouzou.html>
- <http://www.algerie-monde.com/actualite/article731.html>
- <http://translate.google.dz>
- [http://www.elwatan.com/regions/kabylie/tiziouzou/wilaya-de-tizi-ouzou-l-investissement-touristique-en-berne-07-06-2014-260212\\_144.php](http://www.elwatan.com/regions/kabylie/tiziouzou/wilaya-de-tizi-ouzou-l-investissement-touristique-en-berne-07-06-2014-260212_144.php)
- <http://kabylieaucoeur.over-blog.com/article-artisanat-kabyle-64201950.html>
- <http://www.lematindz.net/news/12607-kabylie-construire-une-nouvelle-identite-touristique.html>
- <http://www.tamurt.info/quelle-economie-pour-la-kabylie-4eme-partie,2863.html>
- Organisation Mondial du Tourisme ; [www.wold.tourisme.org](http://www.wold.tourisme.org)
- [www.omt.org](http://www.omt.org).
- Organisation Internationale du Tourisme Social ([www.bits-int.org](http://www.bits-int.org))

<b>Liste des tableaux</b>	<b>Pages</b>
Tableau n°1 : Distinction entre Touriste, Excursionniste et Vacancier.....	6
Tableau n°2 : Les différentes formes du tourisme.....	16
Tableau n°3 : Distances de la ville de T.O par rapport aux principales villes du pays.....	36
Tableau n°4 : Principaux indicateurs de l'emploi à Tizi-Ouzou au 31/12/2012.....	42
Tableau n°5 : Plages autorisées et non autorisées à la baignade de la wilaya.....	48
Tableau n°6 : L'état des projets d'investissement en cours de réalisation.....	60
Tableau n°7 : Liste des agences de tourisme et de voyage en activité (premier trimestre de 2014).....	62
Tableau n°8 : Classification du parc hôtelier en activité par vocation et catégorie de classement.....	63
Tableau n°9 : Répartition du parc hôtelier en activité par commune et par catégorie de classement.....	63



## Liste des cartes

pages

Carte n°1 : La carte de la wilaya de Tizi Ouzou..... 37

## Liste des graphes

pages

Graphe n°1 : Structure de la population totale occupée par branches d'activités..... ..	43
Graphe n°2 : Comment avez-vous connu la wilaya de Tizi Ouzou..... ..	73
Graphe n°3 : Quel est votre mode d'hébergement ?..... ..	75
Graphe n°4 : Comment vous trouvez les infrastructures de la wilaya de Tizi Ouzou ?..	76

# **Annexe**

## Annexes

### Annexe n°1<sup>1</sup>

Pour tenter d'évaluer le degré de pacifisme des pays, le GPI étudie l'étendue de l'implication des pays dans les conflits locaux et internationaux. Il cherche également à prendre en compte le degré d'harmonie ou de discordance à l'intérieur d'une nation ; dix indicateurs évalués comme décrivant la sûreté et la sécurité dans la société entrent en ligne de compte. Le postulat est qu'un taux de criminalité bas, un faible nombre d'actes terroristes ou de manifestations violentes, des relations harmonieuses avec les pays voisins, une scène politique stable et une faible proportion de la population interne déplacée ou réfugiée peut être mis en relation avec le pacifisme d'un état.

Le pacifisme des pays est mesuré à partir de 23 indicateurs diversifiés.

#	Indicateur	Source	Année(s)	Mesure
1	Nombre de conflits internes et externes	UCDP	2004 à 2009	Nombre total <sup>1</sup>
2	Nombre de morts estimés dans des conflits extérieurs	UCDP	2010	Nombre total <sup>1</sup>
3	Nombre de morts estimés dans des conflits intérieurs	UCDP	2010	Nombre total <sup>1</sup>
4	Niveau des conflits internes organisés	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
5	Relations avec les pays voisins	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
6	Niveau de criminalité dans la société	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
7	Nombre de réfugiés ou de personnes déplacées en pourcentage de la population	UNHCR et IDMC	2009 à 2010	Population de réfugiés en pourcentage de la population d'origine du pays
8	Instabilité politique	EIU	2010 à	Échelle qualitative, entre 1

<sup>1</sup> [http://fr.wikipedia.org/wiki/Global\\_Peace\\_Index](http://fr.wikipedia.org/wiki/Global_Peace_Index)

## Annexes

			2011	et 5
9	Degré de respects des droits de l'homme	Amnesty International	2009	Mesures qualitatives
10	Potentialité d'actes terroristes	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
11	Nombre d'homicides	UNCTS	2005 à 2009	Homicides intentionnels, incluant les infanticides, pour 100 000 habitants
12	Degré de crimes violents	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
13	Manifestations violentes vraisemblables	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
14	Nombre de personnes emprisonnées	ICPS	2010	Personnes incarcérées pour 100 000 habitants
15	Nombre d'officiers de police et de sécurité	UNCTS	2008 à 2010	Officiers de sécurité civils pour 100 000 personnes <sup>2</sup>
16	Expenditure militaire comme pourcentage de PIB	IISS	2009 à 2010	Financement des forces armées, comme pourcentage de PIB <sup>3</sup>
17	Nombre de personnes des forces armées en service	IISS	2010	Nombre de militaires professionnels pour 100 000 habitants
18	Imports d'armes conventionnelles majeures	SIPRI	2009 à 2010	Import d'armes conventionnelles majeures pour 100 000 habitants <sup>4</sup>
19	Exports d'armes conventionnelles majeures	SIPRI	2009 à 2010	Export d'armes conventionnelles majeures pour 100 000 habitants <sup>4</sup>

## Annexes

---

20	Financement des missions de maintien de la paix de l'ONU	IEP	2007 à 2010	Nombre total
21	Nombre d'armes lourdes	IEP	2009	Armes pour 100 000 habitants <sup>5</sup>
22	Facilité d'accès à des petites armes et aux armes légères	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5
23	Niveau de sophistication et capacités militaires	EIU	2010 à 2011	Échelle qualitative, entre 1 et 5

# Annexes

## Annexe n°2

Dans le cadre d'une enquête sur les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou, enquête faisant partie d'un travail de recherche pour la préparation d'un master à l'université Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, nous vous saurions gré de bien vouloir répondre à ce questionnaire.

Par ailleurs, nous tenons à vous informer que l'anonymat sera respecté.

**1. Le sexe : masculin/ féminin**

Situation sociale : marié/célibataire

Profession : cadre/ profession libre/retraité/employé/étudiant/chômeur

Age :

	15-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-59 ans	60 ans	Total
Homme						
Femme						

**2. Vous êtes d'où ? de l'intérieur/ de l'extérieur de l'Algérie**

**3. Vous voyagez pour le tourisme : 1 fois/ plusieurs fois**

**4. Vous avez choisie la wilaya Tizi Ouzou pour ? les plages/ les montagnes/ les activités culturelles**

**5. Avez-vous déjà visité Tizi Ouzou ? si oui combien de fois**

**6. Vous visitez Tizi Ouzou : seul/ en couple /familiale /en amis/ avec un groupe touristique.**

**7. Quel est votre mode d'hébergement ? Hôtel/ vous louez une résidence/ vous séjournez chez des familles et des amis/ autre.**

**8. Comment vous avez trouvé l'infrastructure d'hébergement ? pourquoi ; mauvais/moyenne/bonne état/sans avis**

**9. Comment évaluez-vous la qualité des prestations au niveau de votre lieu d'hébergement ? Mauvais/moyenne/bon état/sans avis**

**10. Comment vous avez trouvé l'infrastructure de restauration ? mauvais/moyenne/bonne/sans avis**

**11. Est-ce-que les prix des repas sont élevés/bas/abordables/sans avis**

**12. Comment vous trouvez les infrastructures de la wilaya de Tizi Ouzou ?**

	mauvais	Moyenne	bonne	Sans avis
routes				
Services publics				

**13. Comment vous évaluez la sécurité de précaution sanitaire ?**

	Mauvais	Moyenne	Bonne	Sans avis
sécurité				
L'hygiène				
Propreté de la ville				

## Annexes

---

14. D'après de votre expérience évaluez les suivants à Tizi Ouzou

	Très désagréable	désagréable	Sans avis	agréable	Très agréable
Centre ville					
montagne					
plage					

15. Quels sont les problèmes que vous avez rencontrés durant vos séjours ? Problèmes sécuritaires/ cherté des produits touristiques/ problème de transport/mauvais accueil des habitants/ autres

16. Est-ce-que les moyens de transports sont suffisants pour se déplacer dans la ville ?  
Oui/Non

17. Voyez-vous une négligence des sites et monuments historiques par les autorités ?  
Oui/Non

18. Comment trouvez-vous la population locale de la wilaya de Tizi Ouzou ?

19. Quelles sont vos saisons préférées pour le tourisme à Tizi Ouzou ?

20. Comment vous connaissez Tizi Ouzou ? vous êtes d'origine de Tizi Ouzou/ amis ou famille/presse/ publicité/agence de voyage/travail.

21. Précisez avez vous reçu des dépliants sur les sites touristique locaux et les différentes prestations de la wilaya ?

22. Voulez vous rendre visite une autre fois à la wilaya ?

23. Recommandez-vous une autre personne pour rendre visite à Tizi Ouzou ?

**MERCI POUR VOTRE CONTRIBUTION**



## Annexes

### Annexe n°3

#### Classement de nombre de nuitées de nationalité étrangère par pays durant le 1<sup>er</sup> trimestre 2014 :

Classement	Nationalité	Nombre de nuitées
01	Italie	496
02	Espagne	439
03	France	344
04	Tunisie	184
05	A pays d'Europe	148
06	Turquie	93
07	Maroc	85
08	Lybie	62
09	Algérien non résident	54
10	Autre pays d'Afrique	52
11	Japon	50
12	Autriche	43
13	Chine	31
14	Allemagne	28
14	Grande Bretagne	28
15	Syrie	26
16	Corée	22
17	Autre pays d'Asie	18
18	Danemark	14
19	Chine	13
20	Suisse	12
21	Belgique	08
21	Canada	08
22	Egypte	07
23	Australie	05
23	Roumanie	05
24	Japon	04
24	Kenya	04
24	Sénégal	04
25	Cameroun	03
25	Autre pays d'Amérique	03
25	Congo	03
26	Portugal	02
27	Russie	01
27	Océanie	01
<b>Total</b>		<b>2.300</b>

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou de 2014.

## Annexes

### Annexe n° 4

#### Liste des établissements de restauration classes en activité (1<sup>er</sup> trimestre 2014)

DENOMINATION	CATG	ADRESSE
<b>1- L'AMBASSADE</b>	3*	11, Rue douar Tizi-ouzou
<b>2- JARDIN SECRET</b>	3*	Lots HAMDAD Résidence n°10 M'Douha Tizi-ouzou
<b>3- TAFSUT</b>	3*	Zhun sud A 25 N. Ville Tizi- ouzou
<b>4- LA CASA</b>	3*	RN 12 Azazga- tizi-ouzou
<b>5- L'UNIVERSITE</b>	3*	2000 Logts N. Ville Bt3 Tiziouzou
<b>TOTAL= 05</b>	3*	-

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi Ouzou de 2014.

## Annexes

### Annexe n°5

#### Situation des huit ZEST balnéaires classées

Dénomination de la ZEST	Commune	Superficie totale	Superficie aménageable
AZEFOUN	AZEFOUN	25 ha	17.74 ha
SIDI KHELIFA	AIT CHAFFAA-AZEFOUN	637.5 ha	49.21 ha
DJEMAA NERBAT	IFLISSEN AZEFOUN	171 ha	10 ha
BLEROUNA	AZEFOUN	637.5 ha	40 ha
TIGZIRT TASSALAST	TIGZIRT	168 ha	22 ha
FERRAOUN	TIGZIRT-IFLISSEN	70.6 ha	20 ha
ABECHAR	IFLISSEN-TIGZIRT	116.4 ha	08 ha
ZEGZOU	IFLISSEN-TIGZIRT	147 ha	05 ha
<b>TOTAL</b>		<b>1.973 ha</b>	<b>171.95 ha</b>

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi .Ouzou 2014

#### Situation des ZEST de montagne classées

COMMUNE	DENIMINATION DE LA ZEST	SUPERFICIE PROPOSEE (ha)
BOGHNI	Tala guilef	175
IFERHOUNENE ET ILLILTENE	Azrou N'thour	400
YAKOURENE	Yakourène	138
BOUNOUH (BOUGHNI)	Tizi-Oudjaaboub	118
<b>TOTAL</b>		<b>831</b>

Source : Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Tizi .Ouzou 2014

# Table des matières

pages

<b>Introduction générale.....</b>	<b>1</b>
<b>Chapitre 1 : Généralités sur le tourisme.</b>	
Introduction du chapitre.....	4
Section 1 : Définitions, Historique et Formes de l'activité touristique .....	5
1. Définitions.....	5
1.1 Touriste .....	5
1.2 Tourisme .....	6
1.3 Les zones d'expansion touristique.....	6
2. Bref historique sur le tourisme.....	7
3. Les formes de l'activité touristique .....	8
3.1 Les formes de base de l'activité touristique .....	8
3.1.1 Tourisme interne .....	9
3.1.2 Tourisme récepteur.....	9
3.1.3 Tourisme émetteur .....	9
3.1.4 Tourisme intérieur .....	9
3.1.5 Tourisme national .....	9
3.1.6 Tourisme international .....	9
3.2 Les formes classiques de l'activité touristique .....	9
3.2.1 Tourisme balnéaire .....	9
3.2.2 Tourisme de montagne.....	10
3.2.3 Tourisme d'affaire .....	10
3.2.4 Tourisme urbain.....	11
3.2.5 Tourisme culturel .....	11
3.2.6 Tourisme religieux .....	12
3.2.7 Tourisme de masse .....	12
3.2.8 Tourisme de santé .....	13
3.3 Les nouvelles formes de l'activité touristique .....	13
3.3.1 Tourisme durable.....	13
3.3.2 Tourisme solidaire .....	14
3.3.3 Tourisme équitable.....	14
3.3.4 Tourisme gastronomique .....	14
3.3.5 Tourisme social .....	15
Section 2 : L'offre et la demande dans l'activité touristique .....	16
1. Le produit touristique.....	16
1.1 Définition du marché des produits touristiques.....	16
1.2 Définition d'un produit touristique .....	17
2. Définition de l'offre touristique .....	19
2.1 Caractéristique de l'offre touristique.....	19
2.2 Classification de l'offre touristique.....	20
3. Définition de la demande touristique.....	20
3.1 Caractéristique de la demande touristique.....	21
3.2 Les facteurs explicatifs de la demande touristique .....	21

Section .3 : Les acteurs de l'activité touristique.....	22
1. Les voyageurs .....	23
1.1 Les tours opérateurs .....	23
1.2 Les agences de Voyages .....	23
2. L'hébergement réceptif.....	23
2.1 Les hôtels et les maisons d'hôtes .....	24
2.2 Les résidences secondaires marchandes et les résidences meublées.....	24
2.3 Les autres formes d'hébergement.....	25
2.3.1 Les villages de vacance .....	25
2.3.2 Gites ruraux.....	25
2.3.3 Les campings.....	25
3. Les transporteurs .....	25
4. Les acteurs indirects.....	26
4.1 Collectivités locales .....	26
4.2 Les commerces classiques.....	26
4.3 Les différents organismes du tourisme .....	26
4.3.1 L'organisation mondiale du tourisme .....	26
4.3.2 Les offices du tourisme .....	27
4.3.3 L'organisation représentant une profession touristique au niveau national et international .....	27
Section 4 : L'importance socio-économique du tourisme .....	27
1. Sur le plan économique .....	28
1.1 Tourisme et emploi.....	28
1.2 Tourisme et investissement.....	29
1.3 Financement des investissements publics.....	29
1.4 L'accroissement du revenu national.....	30
2. Rôles sociales .....	30
2.1 Le tourisme et élimination de la pauvreté.....	31
2.2 La conservation de l'héritage culturel.....	31
2.3 La conservation des sites archéologiques et historiques .....	32
2.4 L'échange des cultures.....	32
Conclusion du chapitre .....	33
<b>Chapitre 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou</b>	
Introduction du chapitre.....	35
Section 1 : Présentation de la wilaya de Tizi Ouzou.....	35
1. Présentation géographique .....	36
1.1 Le relief .....	37
1.1.1 La zone de montagne.....	37
1.1.2 La zone TOUARES.....	39
1.1.3 La zone de VALLES.....	39
1.2 Le climat.....	39
1.3 L'accessibilité.....	39
1.3.1 Le réseau routier .....	39
1.3.2 Le réseau ferroviaire.....	40
1.3.3 Les infrastructures portuaires .....	41

2. Population et emploi .....	41
3. Présentation économique .....	44
3.1 Le secteur agricole.....	44
3.2 Le secteur industriel.....	44
3.3 Le secteur tertiaire .....	45
3.4 Le secteur de la pêche.....	46
Section 2 : L'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....	46
1. Les potentialités naturelles .....	47
1.1 Le littorale.....	47
1.2 La montagne.....	48
1.3 Les forêts .....	49
2. Les potentialités culturelles .....	50
2.1 Les sites historiques et archéologiques .....	50
3. Les potentialités artisanales.....	51
3.1 La poterie .....	51
3.2 La bijouterie traditionnelle.....	52
3.3 Le tissage.....	53
3.4 Le vannerie.....	54
3.5 La robe Kabyle.....	54
3.6 L'ébénisterie.....	54
Section 3 : L'évolution du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou de 1962 à nos jours.....	55
1. Période de mise en valeur des potentialités touristique : 1962-1990	55
2. Période de régression du tourisme : 1990-2000.....	56
3. La période de relance du tourisme : 2000-2010.....	57
4. Nouvelle politique touristique à l'horizon de 2025.....	58
Section 4 : Les acteurs du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou .....	60
1. Les voyagistes .....	60
1.1 Office nationale algérien du tourisme.....	60
1.2. Les agences de voyages .....	61
2. Les infrastructures hôtelières.....	62
3. Les acteurs indirects.....	64
3.1 La direction du tourisme .....	64
3.2 Les établissements de formation.....	65
3.2.1 L'institut national des techniques hôtelières et de tourisme.....	66
3.3 Entreprise touristique de la Kabylie.....	67
3.4 Les offices et associations.....	68
3.4.1 L'office du tourisme .....	68
3.4.2 Les associations.....	68
Conclusion du chapitre.....	69
<b>Chapitre 3 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou.</b>	
Introduction du chapitre .....	70
Section 1 : Analyse du questionnaire .....	70
1. Méthodologie de l'enquête.....	70

1.1 Le type des questions posées.....	71
1.2 L'ordre des questions.....	71
1.3 Le mode d'administration des questionnaires.....	72
2. Analyse de l'échantillon .....	72
3. Résultat du questionnaire.....	73
3.1 L'absence d'une démarche marketing.....	73
3.2 Hébergement .....	74
3.3 Restauration hors hôtels.....	75
3.4 Les infrastructures.....	75
3.5 Le transport.....	76
Section 2 : Les vulnérabilités de l'offre touristique de la wilaya de Tizi Ouzou .....	77
1. Faible sécurité.....	77
2. Manque d'infrastructure de base.....	79
3. Une offre touristique dérivée insuffisante.....	80
4. La propreté et hygiène.....	82
5. Un fort besoin de professionnalisme.....	83
6. Patrimoine méconnu.....	84
7. Faible utilisation des technologies de l'information et de la communication .....	85
8. Les contraintes liées à l'investissement touristique .....	86
9. Absences de coopération entre les acteurs du tourisme.....	87
Section 3 : Solutions : vers à un développement du tourisme dans la wilaya de Tizi Ouzou.....	88
1. La création d'un climat favorable au développement de l'activité touristique .....	88
2. Valorisation du patrimoine.....	90
3. Le développement de l'utilisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication.....	91
4. Former pour qualifier et professionnaliser.....	92
5. Adoption d'une démarche marketing.....	93
Conclusion du chapitre.....	95
Conclusion générale.....	96
Bibliographie.....	100
Liste des tableaux .....	105
Liste des cartes .....	106
Liste des graphes .....	107
Annexe .....	108
Tables des matières .....	116