

*Le tourisme au Sahara : un facteur de développement en Algérie ?*

Par :Dr YOUSFI Amel

Faculté des science humaines et des sciences sociales  
université de Tlemcen

"Un voyageur est une espèce d'historien;  
son devoir est de raconter fidèlement ce qu'il a vu  
ou ce qu'il a entendu dire; il ne doit rien inventer,  
mais aussi il ne doit rien omettre."

(Chateaubriand)

Le tourisme représente un enjeu majeur pour l'économie Algérienne . Pour mieux le développer et l'organiser , la région du sahara plus particulièrement comme d'autant le reste de notre pays réuni les forces vives du tourisme, tout en élaborant la stratégie du développement touristique .

### I. *Le tourisme en Algérie :*

Une multitude de définitions et d'appréhensions du phénomène touristique existent mais curieusement la définition du tourisme comme marché est un domaine peu déchiffré en gestion.

On souligne peu d'intérêt de la part des académiciens jusqu'à ce jour<sup>1</sup>. Les définitions économiques sont celles qui permettent de construire les comptes satellites de la balance touristique des pays et ne présentent également aucune cohérence.

Le tourisme apparait à bon nombre de pays comme une activité économique à développer. Si certain pays D'Afrique du nord ( Maroc , Tunisie , Egypte) ou d'Afrique de l'est (parcs naturels du Kenya ou de Tanzani) ont déjà une longue expérience de cette activité, pour d'autre , il n'en est rien .<sup>2</sup>

L'Algérie mise beaucoup sur le tourisme saharien qui constitue le cœur de la stratégie nationale pour le développement de ce secteur afin de promouvoir la destination *Algérie*.

Le tourisme est une activité à double visage à la fois structurante et déstructurante , productive et dégradante, facteur de liberté et instrument de différence . ceci explique ses efforts contrastés, ses apports positifs à l'économie et la nécessité d'en encadrer le développement.<sup>3</sup>

L'Algérie et surtout le Sahara et les régions du désert sont devenues de nouvelles destinations touristiques qui figurent dans les programmes proposés par les tour-opérateurs et agents de voyages, qui drainent une clientèle avide de découvertes et de sensations.

C'est ainsi que l'activité touristique contribue au développement socio-économique de toute l'Algérie , notamment à travers la création d'emplois temporaires réduisant le phénomène de pauvreté dont souffrent les habitants des déserts.

Le développement du tourisme dans le cadre du développement durable doit être supportable sur le plan économique, viable et équitable sur le plan éthique et social pour les populations locales. Il est donc nécessaire de mettre en place et de développer des mécanismes qui permettent aux différents acteurs concernés (gouvernements, collectivités, secteurs public et privé et populations locales) de travailler ensemble de manière efficace et de créer l'équilibre nécessaire pour un développement durable du tourisme dans les déserts.

Ces mécanismes gagneraient à être relayés sur le terrain par la contribution des guides touristiques et l'apport des médias dans l'effort de sensibilisation des voyageurs et des populations locales.

### II. *La route du Sahara :*

Le tourisme au Sahara figure parmi les grands pôles économiques que le gouvernement Algérien tend à développer.

Avec des potentialités touristique naturelles extraordinaires exposées a ciel ouvert dans un vaste désert formé de pierres , gravures et peintures rupestres, témoins d'une richesse des temps et des peuples , l'Algérie peut par conséquence de posséder un pôle touristique les plus important dans le monde.

---

1 Leiper N., **The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry** , Annuals of tourism Research, Vol. 4, No. 6, 1979 ,p. 390.

2 -, « **Tourisme et société** » , revue géopolitique africaine N° 19-20 , Editionn 2005, P215.

3 - Bartini ( Paul) , **le tourisme facteur de développement local**, pug collection , 2000, p 128

Si les paysages désertiques sont multiples, tous n'offrent pas le même intérêt touristique. La qualité des paysages, la richesse des patrimoines naturels et culturels ainsi que l'accessibilité des zones sont des critères déterminants dans la création de produits touristiques.

D'autant plus le désert algérien dispose de sites incontournables de notre pays dont des villes merveilleuses du Sahara (Tamanrasset, le Hoggar, le Tassili, Djanet et les oasis de Timimoune)

Le tourisme dans le désert algérien s'adresse à des clientèles en quête de solitude, d'authenticité, de cultures et de traditions, de rencontres avec les populations et de découverte de paysages vierges. La taille d'un groupe et le choix de son mode de déplacement doivent respecter des règles favorisant la qualité des rencontres, celle du voyage ainsi que la satisfaction de la clientèle.

Les manières de découvrir le désert sont nombreuses : en tourisme autonome ou en voyage organisé, dans le cadre de voyages culturels ou d'aventure, pour se dépasser physiquement, se détendre et se « retrouver », pour découvrir et apprendre, pour un jour ou pour plusieurs semaines.

Dans le périmètre des lieux de villégiature, il est proposé des balades de quelques heures en quad ou à dos de chameau.

Ces circuits sont souvent proposés comme extension à un séjour résidentiel, ou dans le cadre d'un voyage de découverte d'un pays. Ils s'adressent à une clientèle peu expérimentée, qui réalise ainsi une première approche des déserts. Que la journée soit organisée au départ d'hôtels balnéaires ou oasiens ; ces circuits sont proposés dans des lieux d'hébergement locaux ou inclus dans le forfait du tour opérateur. Ils incluent parfois de courtes excursions en quad, à pied ou à dos de chameaux.

Généralement réalisés en véhicule, ces circuits sont accompagnés par des chauffeurs guides locaux, parfois coordonnés par un accompagnateur. La formation de ces personnels d'encadrement est aussi importante que la sensibilisation des voyageurs au respect des Patrimoines et de l'environnement.

Autrefois, les déserts attiraient un public de passionnés, avertis et préparés aux conditions de voyage.

Depuis une dizaine d'années, le désert est devenu un produit touristique porteur de fantasmes et médiatisé, notamment en raison des rallyes automobiles qui ont parfois donné une image erronée des conditions de voyage. Parallèlement se sont développés de nouveaux comportements de touristes en quête de destinations « nature », de voyages en petits groupes caractérisés par le souhait de mieux comprendre les espaces traversés et de rencontrer les peuples qui y vivent.

En réponse à cette croissance de la demande de voyages dans les déserts et aux modifications des comportements de consommation (réduction de la durée des voyages, fractionnement des vacances), l'offre s'est orientée vers des circuits plus courts, plus lointains, moins chers, peu diversifiés, parfois au détriment de la qualité des prestations proposées. L'accessibilité aérienne s'est améliorée de manière continue avec l'apparition de vols charters desservant certaines régions désertiques.

Le tourisme dans les déserts est en plein essor. Pourtant, le seuil de tolérance du nombre de visiteurs est peu élevé dans ces écosystèmes. De la maîtrise du développement touristique (modes de déplacement, tailles des groupes, rapport qualité/prix équitable, etc.) dépend la pérennité de son attrait pour les voyageurs.

Afin de pouvoir maintenir la croissance du tourisme dans les déserts le projet « Les routes des Ksour», mené par le Programme des Nations Unies pour le Développement, le Gouvernement algérien propose la promotion d'un tourisme durable dans les régions du sud algérien. Le projet emprunte les antiques routes commerçantes du Sahara au travers des sites de Taghit, Beni Abbès, Timimoun, Aghlad, Tinerkouk, Charouine, Guentour, Témacine, Malika et Metlili. Il vise essentiellement à renforcer les capacités des populations et des autorités locales à travers des actions de sensibilisation, de formation, de réhabilitation du patrimoine architectural traditionnel et de préservation de l'environnement basées sur une approche participative avec les acteurs locaux.

Le Ministère du tourisme algérien a mis en place, pour des raisons de sécurité et d'encadrement des voyageurs indépendants, une obligation de recourir, pour tout déplacement touristique, à une agence de tourisme nationale qui met à disposition un guide-accompagnateur. Cette initiative a permis notamment de lutter contre le pillage de sites néolithiques.

Plusieurs documents de sensibilisation sont diffusés par les tour opérateurs français : « Respect du désert » sensibilise les clients voyageant dans les déserts sahariens et du Moyen-Orient au respect de certaines règles de comportement vis-à-vis des populations, de l'environnement et du patrimoine.

### ***III. Le développement touristique :l'avenir est au sahara***

Le tourisme représente un enjeu majeur pour l'économie en Algérie , pour mieux le développer et l'organiser la région du Sahara plus particulièrement comme le reste de notre pays réuni les forces vives du tourisme tout en élaborant la stratégie du développement touristique qui se résumant dans ce qui suit :

#### **A. Les adaptations nécessaires à la mise en tourisme des équipements culturels :**

Toutes les structures culturelles ne sont pas « touristifiées » et « touristifiables » selon <sup>4</sup> Berrian .Pour créer une offre de tourisme culturel digne de ce nom , des adaptation son nécessaires. Bob Mc kercher et Hilary <sup>5</sup> distinguent le patrimoine et s'interrogent : comment rendre un site culturel propre à la consommation touristique ?.

Dans ce cadre le patrimoine rapporte , de manière directe ou indirecte , beaucoup plus que ce qu'il coûte, notamment grâce au tourisme. Pour attirer un flux de touriste, la conservation, la restauration et la valorisation du patrimoine sont nécessaires.

La valorisation passe par une mise en scène du patrimoine , il s'agit d'utiliser différents moyens pour rendre significatives au visiteur l'identité et les fonctions des objets présentés<sup>6</sup> . c'est-à-dire insister sur l'interprétation qui revêt un caractère Marketing qui nécessite une bonne connaissance des attentes du public. Il existe de multiples technique d'interprétation , et les nouvelles technologies offrent dans ce domaine des possibilités toujours plus diverses et spectaculaires et nécessite le recours à des professionnels.

---

<sup>4</sup>- BERRIANE, M, Tourisme, **culture et développement dans la région arabe**. Actes du Forum international de Hammamet : Le tourisme culturel, 23, 24 et 25 octobre 1997 Ministère de la culture de Tunisie.

<sup>5</sup>- Mc Kercher ( Bob ) , Du Cros ( Hilary ) , **the partnership between tourism and cultural heritage management** ; the Haworth hospitality press, 2002. P.321;

<sup>6</sup>. Origet Du Cluzeau ( Claude ) , **le tourisme culturel** , paris puf , collection Que sais- je ? , p 15.

La sensibilisation des voyageurs à un tourisme plus respectueux est essentielle, car ce sont eux qui choisissent l'organisateur de leurs vacances et la manière dont ils voyagent. Les tour opérateurs, de leur côté, en adoptant une politique de production de voyages respectueuse de l'environnement et facteur de développement durable, ont un rôle d'entraînement qui peut « faire la différence ».

#### B. Valoriser nos sites touristiques :

L'Algérie dispose de potentialités naturelles considérables sur le plan touristique :

La tendance internationale porte la demande vers des activités de loisirs actifs et sportifs, de voyages des découvertes et de écotourisme. Ces segments sont relativement peu présent dans l'offre Algérienne aujourd'hui malgré des potentialités reconnues de notre pays.

Alors que le tourisme dans le sud Algérien comme le reste du pays poursuit son activité comme par le passé avec la même distribution géographique des clients et les faibles investissements dans ce domaine. Et pour mieux valoriser ce secteur en déprime, il faut :

- Améliorer l'offre et le faire savoir par un effort de promotion.
- Différencier l'Algérie des destinations concurrente.
- Réaliser un investissement touristique au sud algérien en consolidant les entreprises touristique d'hébergements, transports, animation et autres, et réhabiliter la condition d'environnement.
- Moderniser l'image traditionnelle du Sahara Algérien.
- Maintenir la sécurité à son niveau actuel.

#### C. Médiatisation du tourisme au Sahara :

Les médias contribuent à alimenter le désir de déplacement qui est au fondement même du tourisme, à tels point que les médias et le tourisme ont toujours été liés et se développent de connivence. Par « médias touristique » nous entendons cet objet protéiforme qui recouvre aussi bien des médias spécialisés- comme les guides- que des émissions ou rubriques régulières produites par des médias généralistes, notamment la presse écrite.

Les médias interviennent en donnant aux touristes à voir, à entendre ou à lire le champ de possible. Ce rôle s'est exercé dès les débuts du tourisme<sup>7</sup> ; et sans doute, les récits de voyage ont été les premiers à inviter à la mobilité.

Sans doute que la raison du voyage pour eux c'est de rechercher l'inspiration, repousser les limites de l'inspiration<sup>8</sup>... , mais tout cela change avec de nouvelles stratégies qui visent à créer des destinations touristique en utilisant la formidable capacité des médias à diffuser la bonne nouvelle<sup>9</sup>.

Mais ces appels des médias au tourisme tissent un réseau de représentations que les visiteurs comme les visites auront à cœur de modifier et d'ajuster selon le moment. En effet, la qualité des lieux vus par le touriste est chargée de représentations. On sait que l'intérêt pour la montagne est structuré par la croyance que l'effort produit par l'accession physique aura des efforts bénéfiques sur l'élévation spirituelle. De même, l'escalade des dunes exerce une fascination liée à attendre d'une purification, sans que l'on sache très bien que la traversée du désert en 4x4 est aussi efficace.

---

7 - Jafari ( Jafar), **le système du tourisme : modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratique**, in society and leisure , vol 11, N° 1 ;1988 , P 59

8 Équipe MIT (collectif), **Tourismes 2, Moments de lieux** ,Paris, Belin, 2005.p 102

9 Ibid p 65

Cette fonction de médiation est exercée en complémentarité avec d'autres acteurs et objets qui concourent à permettre aux touristes de circuler dans le monde. Du coup, les médias touristiques font l'objet de tentatives d'influence. Mais il faut rappeler que les touristes sont aussi des lecteurs et des spectateurs, disposant d'informations d'origines diverses, dont les médias touristiques ne constituent qu'une source parmi d'autres. Le guide s'est développé lorsque le tourisme s'est industrialisé. En effet, pendant la phase d'avènement, les touristes sont peu nombreux<sup>10</sup>.

Internet a d'abord été investi par les professionnels du tourisme qui l'ont utilisé afin de contribuer à maîtriser leurs organisations réticulaires. Le développement d'internet accroît la marge de manœuvre des touristes, d'une part en leur permettant de se mettre en relation directe avec les acteurs locaux du tourisme, qui tentent ainsi d'échapper aux tours opérateurs, d'autre part en facilitant la comparaison entre les offres<sup>11</sup>.

Les médias exercent donc un rôle déterminant dans la construction des pratiques touristiques en informant les touristes sur l'adéquation entre les pratiques et les lieux et en contribuant ainsi à l'élaboration des stratégies<sup>12</sup>.

Enfin, les médias ne se contentent pas de produire des images qui entretiennent les rêves d'évasion. Ils fournissent aussi des clés d'accès aux lieux touristiques, informations indispensables pour se rendre physiquement dans les lieux autant que pour s'y tenir et en jouir. La relation entre touristes et média est régie par une tension entre influence et autonomisation qu'il conviendrait d'examiner plus avant.

## **Conclusion**

L'activité touristique dont la dynamique ne cesse de s'affirmer est bien présente en Algérie. Elle revêt plusieurs formes et ne se limite pas au seul tourisme international. Sa position géographique ensoleillée et sa culture riche et diversifiée, à proximité de la première zone d'émission du tourisme mondial qu'est l'Europe va lui permettre comme certains pays méditerranéens comme le Maroc ou la Tunisie d'accueillir des touristes, reste le rôle de l'état à bien développer ce secteur très rentable.

## **Bibliographie**

- Bartini ( Paul ) , **le tourisme facteur de développement local**, pug collection , 2000.
- BERRIANE, M, **Tourisme, culture et développement dans la région arabe**. Actes du Forum international de Hammamet : Le tourisme culturel, 23, 24 et 25 octobre 1997 Ministère de la culture de Tunisie.
- Bonneau Marie-Christine et Violier Philippe, **Lecture et invention de l'espace urbain dans les guides des villes de l'Ouest de la France** ,Paris, Belin, 1998.
- Équipe MIT (collectif), **Tourismes 2, Moments de lieux** ,Paris, Belin, 2005.

---

10 Bonneau Marie-Christine et Violier Philippe, Lecture et invention de l'espace urbain dans les guides des villes de l'Ouest de la France ,Paris, Belin, 1998. P 13.

<sup>11</sup> - Frances Patrick, **Faut-il tuer les touristes ?**, in *LesVacances*, revue « Mutations », n°111, 1990. p169

<sup>12</sup>- Ibid , p 170

- Frances Patrick , **Faut-il tuer les touristes ?**, in *Les Vacances*, revue « *Mutations*», n°111, 1990.
- Jafari ( Jafar), **le système du tourisme : modèles socio-culturels en vue d'applications théoriques et pratique**, in *society and leisure* , vol 11, N° 1 ;1988
- Leiper N., **The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist and the tourist industry**, *Annals of tourism Research*, Vol. 4, No. 6, 1979.
- Mc Kercher ( Bob) , Du Cros (Hilary) , **the partnership between tourism and cultural heritage management** ; the Haworth hospitality press, 2002.
- Origet Du Cluzeau ( Claude) , **le tourisme culturel** , paris puf , collection Que sais- je ?.

**Tourisme et société** , revue géopolitique africaine N° 19-20 , E