



République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abdelhamid Ibn Badis – Mostaganem
Faculté Des Sciences Commerciales, Sciences Economiques
Et Sciences De Gestion



THESE

Présentée pour l'obtention du grade de DOCTORAT 3^{ème} Cycle (LMD)

Spécialité : Sciences Commerciales

Option : Marketing Touristique

Thème

Le Rôle De La Gouvernance Dans L'attractivité Des Investissements Touristiques En Algérie

Présentée par :

Mme SERADOUNI Sarah

Sous la direction de :

Dr. HADJAR Assia

Pr. OUDDANE Bouabdellah

Devant les membres de jury

Mr. Abdelkader Braïnis	Professeur	Université de Mostaganem	Président
Mme. Assia Hadjar	MCA	Université de Mostaganem	Directrice de thèse
Mr. Bouabdallah Ouddane	Professeur	Université de Mostaganem	Co-directeur de thèse
Mme. Aïcha Atig	MCA	Université de Mostaganem	Examineur
Mr. CHRIET Abed	Professeur	Univ. De Tieret	Examineur
Mr. ZIAD M'hamed	Professeur	Univ. De Mascara	Examineur

Année universitaire
2024-2025

Dédicace

A mes chers parents : Aucune dédicace ne saurait exprimer l'amour, l'estime, le dévouement et le respect que j'ai pour vous. Rien au monde ne vaut les efforts fournis jour et nuit pour mon éducation et mon bien être. Ce travail est le fruit de vos sacrifices et vos encouragements pour moi le long de ces années.

A mes petites princesses.

A ma sœur et mon frère pour leurs encouragements et leurs soutiens.

A mon époux

A mes beaux-parents et mes belles sœurs

A mes meilleures amies

Remerciement

La réalisation de ce travail n'a été possible que grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner toute ma gratitude.

Je voudrais tout d'abord adresser toute ma reconnaissance à ma directrice de recherche Dr. Hadjar Assia, pour sa patience, son attention et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion. Qu'elle trouve ici le témoignage de ma profonde gratitude.

Je souhaite aussi exprimer ma gratitude envers le professeur monsieur BRAINIS Abdelkader, pour ses précieuses recommandations, ses encouragements, pour venir à bout de mon travail.

Je désirerais également remercier les membres du jury, pour avoir accepté d'évaluer ce travail et pour toutes leurs remarques et critiques qui n'ont fait qu'enrichir cette recherche.

Je ne manquerai pas de citer le personnel et les enseignants de la faculté des sciences commerciales, des sciences économiques et de gestion de l'université d'Abdel Hamid Ibn Badis, qui m'ont fourni les outils nécessaires à la réussite de mes études universitaires.

Je ne peux pas oublier de témoigner également mon profond respect envers Mr BOUAICHA Mohamed, qui au-delà de son professionnalisme et de ses connaissances, m'a beaucoup aidé dans l'obtention et la consultation des documents et des dernières statistiques au niveau du ministère du tourisme et de l'artisanat.

Dieu créa la Terre et toutes ses richesses, les offrant à l'être humain pour qu'il en fasse bon usage. Depuis la nuit des temps, Il nous a donné la possibilité de voyager, de découvrir, d'apprécier et d'admirer sa beauté et sa puissance à travers sa création. Chaque relief, chaque objet, chaque animal, chaque être humain rencontré sur notre chemin est une preuve de Sa grandeur et un miracle à contempler. En parcourant ce monde avec respect, nous sommes invités à méditer sur la force et la richesse infinie de cette diversité qu'Il a mise à notre portée.

LISTE DES SIGLES

Liste des sigles

AALEP	Human Capital Index <i>Human Capital Index</i>
the Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union, 86, <i>the Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union</i>	IATA
ACDI	l'Association Internationale du Transport Aérien l'Association Internationale du Transport Aérien
L'Agence canadienne de développement international, 79	IDE <i>investissement direct étranger</i>
ANART	IDI <i>investissement direct international</i>
L'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel <i>L'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel</i>	IPC
CAT	Indice de perception de la corruption <i>indice de perception de la corruption</i>
1.3 Calcul du coefficient d'attractivité territoriale Voir 1.3 <i>Calcul du coefficient d'attractivité territoriale</i>	l'IDE
CQA	investissement direct étranger <i>investissement direct étranger</i>
la capacité et qualité d'accueil, 48	NT
EGDI	nouvelles technologie, 24
E-GOVERNANCE	OACI
DEVELOPPEMENT INDEX, 183	l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale, 163
ENCSS	OCDE
l'environnement naturel, commerces, santé et sécurité, 48	<i>l'Organisation de coopération et de développement économiques</i> , 7, 8, 57, 79, 93, 94, 228, 233
ETC	organisation de coopération et de développement économiques Voir
la Commission Européenne du Tourisme, 163	OGD
GAFA	l'organisation de gestion de destination, 87
google,apple, facebook, amazon, 24	ONU
GDS	organisation des Nations Unies, 78
global distribution system, 24	OSI
GSTC	Online Service Index Online Service Index
Global Sustainable Tourism Council, 163	OTA
GTMI	online tourism agency, 24
GovTech maturity index GovTech maturity index	PAT
HCI	plan d'aménagement touristique Voir
	PATA

LISTE DES SIGLES

	l'Association du Voyage Asie-Pacifique <i>l'Association du Voyage Asie-Pacifique</i>		Telecommunication Infrastructure Index <i>Telecommunication Infrastructure Index</i>
PE	performance économique <i>Voir</i>	TTDI	Travel & Tourism Development Index <i>Travel & Tourism Development Index</i>
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement, 78	UICN	l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature <i>Voir</i>
QGI	la qualité de la gouvernance institutionnelle, 48	UN Tourism	l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies, 163
SNAT	schéma directeur d'aménagement du territoire, 106	WJP	world justice project <i>world justice project</i>
T&T	travel and tourism <i>travel and tourisme</i>	WTTC	World Travel and Tourism Council, 162
TII			

LISTE DES TABLEAUX

Liste des tableaux

TABLEAU 1: LES ESTIMATIONS DES NUITEES DANS LES HEBERGEMENTS TOURISTIQUES MARCHANDS EN FRANCE POUR L'ANNEE 2024	68
TABLEAU 2: LISTE DES ECOLES ET INSTITUTS DE FORMATION PUBLIQUES EN ALGERIE	109
TABLEAU 3: CLASSEMENT DES PAYS DANS L'INDEX DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES VOYAGE TTDI 2024.....	168
TABLEAU 4 : SCORE DES PAYS ET LEURS CLASSEMENTS DANS LA REGION MENA	169
TABLEAU 5: CLASSEMENT DE L'ALGERIE DANS L'INDICE DE L'ETAT DE DROIT SELON LES HUIT PRINCIPAUX FACTEURS DURANT L'ANNEE 2023:	182
TABLEAU 6: EVOLUTION DU RANG ET SCORE DE L'ALGERIE DANS L'INDICE DE DEVELOPPEMENT DE LA GOUVERNANCE ELECTRONIQUE ENTRE 2003-2024.....	192
TABLEAU 7: L'EVOLUTION DE L'INDICE DE E-PARTICIPATION DE L'ALGERIE ENTRE 2003 ET 2024	197
TABLEAU 8: REPARTITION DES ZONES D'EXPANSION TOURISTIQUE SELON LEUR EMPLACEMENT GEOGRAPHIQUE EN 2024.....	199
TABLEAU 9: ETAT D'AVANCEMENT DES PLANS D'AMENAGEMENTS TOURISTIQUES (PAT) 2024	203
TABLEAU 10: EVOLUTION DE L'INVESTISSEMENT HOTELIER EN ALGERIE ENTRE 2012-2024 ...	204
TABLEAU 11: EVOLUTION DU PARC HOTELIER ALGERIEN ENTRE 2012-2024	206
TABLEAU 12: EVOLUTION DU PARC HOTELIER EN ALGERIE SELON LA NATURE JURIDIQUE ENTRE 2014-2024	207
TABLEAU 13: EVOLUTION DES AGENCES DE TOURISME ET DES VOYAGES EN ALGERIE ENTRE 2012-2024	210
TABLEAU 14: EVOLUTION DE L'INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR DU THERMALISME EN ALGERIE ENTRE 2012-2024	211
TABLEAU 15: EVOLUTION DES CURISTES EN ALGERIE ENTRE 2013-2024	212
TABLEAU 16: ENTREES DES TOURISTES AUX FRONTIERES ALGERIENNES ENTRE 2009 ET 2024	215
TABLEAU 17: FLUX TOURISTIQUE DE L'ALGERIEN ENTRE 2009-2024	217
TABLEAU 18 : EVOLUTION DE LA PART DU TOURISME BRANCHE HOTELS, CAFES ET RESTAURANTS DANS LE PIB NATIONAL ENTRE 2015-2023.....	219
TABLEAU 19: . ÉVOLUTION DE L'EMPLOI DANS LE SECTEUR DU TOURISME (BRANCHE HOTELS, CAFES, RESTAURANTS) ENTRE 2015-2019	220
TABLEAU 20: NOMBRE DE GUIDES TOURISTIQUES ENREGISTRES POUR L'ANNEE 2023.....	221
TABLEAU 21: REPARTITION DES EFFECTIFS DES ETABLISSEMENTS DE FORMATION TOURISTIQUE SOUS TUTELLE POUR 2023.....	222
TABLEAU 22: NOMBRE D'ADHERENTS DANS LE PLAN QUALITE TOURISME ENTRE 2018-2023.	223

LISTE DES GRAPHES

Liste des graphes

GRAPHE 1: NOMBRE TOTAL DE PASSAGERS DE CROISIERE DANS LE MONDE EN 2018.....	55
GRAPHE 2: L'EVOLUTION DU NOMBRE D'ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX DURANT LA PERIODE 1989-2020 PAR MILLIONS	61
GRAPHE 3: NOMBRE D'ARRIVEES DE TOURISTES INTERNATIONAUX A TRAVERS LE MONDE DE 2019 A 2022.....	62
GRAPHE 4: LA CONTRIBUTION DE L'INDUSTRIE DU TOURISME AU PIB DES PAYS SELECTIONNES DONNEES DE 2019.....	65
GRAPHE 5: CLASSEMENT DES PAYS SELON LE NOMBRE DE TOURISTES INTERNATIONAUX EN 2023(EN MILLIONS)	66
GRAPHE 7: REALLOCATION DES SALAIRES DU SECTEUR DE L'HEBERGEMENT-RESTAURATION (H-R) ENTRE LES MOIS DE JUILLET 2019 ET JUILLET 2022	69
GRAPHE 8: DEVELOPPEMENT DU NOMBRE D'HOTELS AUX EMIRATS ARABES UNIS DURANT LA PERIODE 2014-2022.....	71
GRAPHE 9:DEVELOPPEMENT DE NOMBRE DES CHAMBRES D'HOTELS AUX EAU DURANT LA PERIODE 2016-2022.....	73
GRAPHE 10: TAUX D'OCCUPATION DES CHAMBRES D'HOTEL PAR LES TOURISTES AU COURS DE LA PERIODE 2019-2022.....	74
GRAPHE 11: EVOLUTION DES RECETTES GENEREES PAR LE SECTEUR HOTELIER AU EAU PENDANT LA PERIODE 2014-2022.....	75
GRAPHE 12: EVOLUTION DU SCORE DE L'ALGERIE DANS L'INDEX DE PERCEPTION DE LA CORRUPTION ENTRE 2012-2023.....	175
GRAPHE 13: MONTANT DES INVESTISSEMENTS DIRECTS ETRANGERS (IDE) EN ENTREES NETTES EN ALGERIE ENTRE 1970 ET 2022 (EN DOLLARS AMERICAINS COURANTS).....	177
GRAPHE 14: CLASSEMENTS GLOBAL DE L'ALGERIE DANS L'INDICE SUR L'ÉTAT DE DROIT WJP EN 2023.	180
GRAPHE 15: SCORE GLOBAL DE L'ETAT DE DROIT EN ALGERIE ENTRE 2019 - 2023.....	181
GRAPHE 16: SCORE DE L'ALGERIE DANS L'INDICE DE DEVELOPPEMENT DE E-GOUVERNANCE 2024 ..	190
GRAPHE 17: SCORE DE CHAQUE COMPOSANTE DE L'EGDI DE L'ALGERIE EN 2024.....	191
GRAPHE 18: EVOLUTION DU SCORE DE L'ALGERIE DANS L'EGDI ENTRE 2003-2024 ET SON EMPLACEMENT PAR RAPPORT A LA MOYENNE MONDIALE ET REGIONALE	193
GRAPHE 19: SCORE DE L'ALGERIE DANS L'INDICE DES SERVICES EN LIGNE OSI EN 2024	194
GRAPHE 20: SCORES DES SOUS COMPOSANTES DE L'INDICE DES SERVICES EN LIGNE DE L'ALGERIE EN 2024.....	195
GRAPHE 21: LES SCORES DES INDICES QUI COMPOSENT L' OSI DE L'ALGERIE EN 2024 ET LEURS SITUATIONS PAR RAPPORT AUX MOYENNES MONDIALE, REGIONALE ET SUBREGIONALE	195
GRAPHE 22: REPARATION DES ZET EN ALGERIE EN 2024	199
GRAPHE 23: LE TYPE DE TOURISME DEDIE AUX 25 NOUVELLES ZET EN COURS DE CLASSIFICATION .	201
GRAPHE 24: EVOLUTION DE L'INVESTISSEMENT HOTELIER EN ALGERIE ENTRE 2012-2024.....	205
GRAPHE 25: EVOLUTION DU PARC HOTELIER ALGERIEN ENTRE 2012-2024	206
GRAPHE 26: EVOLUTION DU NOMBRE DE LITS EN ALGERIE SELON LE SECTEUR JURIDIQUE ENTRE 2014-2024.....	208
GRAPHE 27: EVOLUTION DES AGENCES DE TOURISME ET DES VOYAGES EN ALGERIE ENTRE 2012-2024	210
GRAPHE 28: EVOLUTION DES CURISTES EN ALGERIE ENTRE 2013-2024	213
GRAPHE 29: ENTREES DES TOURISTES AUX FRONTIERES ALGERIENNES ENTRE 2009 ET 2024....	215
GRAPHE 30: EVOLUTION DES FLUX TOURISTIQUE DE L'ALGERIEN ENTRE 2010-2024.....	218

LISTE DES GRAPHES

GRAPHE 31: EVOLUTION DE LA PART DU TOURISME DANS LE PIB (BRANCHE HOTELS, CAFES RESTAURANTS) 2015-2023	220
GRAPHE 32: ÉVOLUTION DE L'EMPLOI DANS LE SECTEUR DU TOURISME (BRANCHE HOTELS, CAFES, RESTAURANTS) ENTRE 2015-2019	221
GRAPHE 33: REPARTITION DES GUIDES TOURISTIQUES ENREGISTRES POUR L'ANNEE 2023	222
GRAPHE 34: NOMBRE D'ADHERENTS AU PLAN QUALITE JUSQU'A 2023	223

LISTE DES FIGURES

Liste des figures

FIGURE 1 : CLASSIFICATION DES VOYAGEURS SELON L'ORGANISATION MONDIALE DU TOURISME	35
FIGURE 2: CLASSIFICATION DES TOURISTES ET VISITEURS.....	36
FIGURE 3: L'ATTRACTIVITE COMME COMBINAISON DE L'ATTRACTION ET DE L'ATTRAIT.....	39
FIGURE 4 : " LE MODELE DE LEIPER DES COMPOSANTES DU SYSTEME TOURISTIQUE."	44
FIGURE 5: LE MODELE DE LEIPER D'ATTRACTION TOURISTIQUE	47
FIGURE 6:LES COMPOSANTS DE L'INDICE DE TOURISTICITE.	51
FIGURE 7: LES ARRIVEES DES TOURISTES INTERNATIONAUX JANVIER- OCTOBRE 2020	60
FIGURE 8:CLASSEMENT DES PAYS SELON LES RECETTES DU TOURISME INTERNATIONAL EN 2023 (EN MILLIARDS DE DOLLARS)	67
FIGURE 9: LA CONTRIBUTION DE L'INDUSTRIE DU TOURISME DANS LE PIB DES EMIRATS ARABES UNIS.	71
FIGURE 10: L'ORGANISATION DES ORGANISMES DU TOURISME EN FRANCE	98
FIGURE 11: L'ORGANIGRAMME DU MINISTERE DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT.	101
FIGURE 12: ORGANIGRAMME DE LA DIRECTION DU TOURISME ET DE L'ARTISANAT.....	104
FIGURE 13: L'ARCHITECTURE DU SNAT 2030.....	111
FIGURE 14: LE POSITIONNEMENT DU SDAT 2030 DANS L'ARCHITECTURE DU SNAT 2030.....	117
FIGURE 15: INTERFACE PRINCIPALE DE LA PLATEFORME SIG WEB	118
FIGURE 16: INTERFACE DU PORTAIL « ALGERIATOURS.DZ »	120
FIGURE 17: INTERFACE DU PORTAIL ELECTRONIQUE DES SERVICES PUBLICS DU SECTEUR DU TOURISME	121
FIGURE 18: INTERFACE PRINCIPALE DE LA PLATEFORME « IDARATI ».....	123
FIGURE 19: : LES COMPOSANTS DE L'INDICE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME ET DES VOYAGES	166
FIGURE 20: CLASSEMENT DES PAYS PAR RAPPORT AUX SCORES DE L'INDICE DE PERCEPTION DE LA CORRUPTION 2023	173
FIGURE 21: CLASSEMENT DES PAYS SELON LA PERFORMANCE DE L'INDICE DE L'ETAT DE DROIT DU WJP EN 2023	179
FIGURE 22: SCORE DES HUIT FACTEURS PRINCIPAUX POUR L'ALGERIE DE L'ANNEE 2023	183
FIGURE 23: LES TROIS COMPOSANTS DE L'EDGI	186
FIGURE 24 LES CINQ SOUS-INDICE DE L'OSI	189
FIGURE 25: PROJET D'AMENAGEMENT DE LA ZET "AGRIOUN" WILAYA DE BEJAYA.....	204

TABLE DES MATIÈRES

Tables des matières

Dédicace	I
Remerciement.....	II
LISTE DES SIGLES	IV
LISTE DES TABLEAUX	VI
LISTE DES GRAPHES.....	VII
LISTE DES FIGURES	IX
TABLES DES MATIERES	1
Introduction générale.....	8
Chapitre I : Le tourisme un phénomène Mondial boosteur de l'économie. 21	
INTRODUCTION :	21
Section 01 : Les fondamentaux du tourisme.	22
1 L'EVOLUTION DU TOURISME A TRAVERS LES TEMPS :	22
1.1 <i>Le tourisme dans l'antiquité : Quand l'histoire du tourisme a-t-elle vraiment commencé ?</i>	22
1.2 <i>L'ère des empires :</i>	23
1.3 <i>L'époque du moyen âge et de la renaissance :</i>	24
1.4 <i>L'ère du grand tour :</i>	24
1.5 <i>L'Ère de la Mobilité :</i>	25
1.6 <i>L'ère moderne du tourisme :</i>	26
1.7 <i>L'ère du numérique et des nouvelles technologies (NT) :</i>	27
2 DEFINITION DU TOURISME :	28
2.1 <i>Définition des institutions et des organismes internationaux :</i>	28
2.2 <i>Définition des chercheurs et spécialistes du tourisme :</i>	29
2.3 <i>Le touriste centre de toute activité touristique :</i>	33
Section 02 : la touristicité et l'attractivité touristique d'un territoire	37
1 L'ATTRACTIVITE, L'ATTRAIT ET L'ATTRACTION QUELLE DIFFERENCE ?	37
1.1 <i>Attractivité, attrait ou attraction : quelle différence ?</i>	37
1.2 <i>Définition de L'attractivité Touristique d'une destination:</i>	39
1.3 <i>Les déterminants de l'attractivité touristique :</i>	44
1.4 <i>Calcul du coefficient d'attractivité territorial (CAT)</i>	47
2 LA TOURISTICITE, UN INDICE DE PERFORMANCE TOURISTIQUE	48
2.1 <i>Comprendre le concept de « touristicité » :</i>	48
2.2 <i>L'indice de touristicité (IT) et ces composants :</i>	50

3	LES DIFFERENTS TYPES DE TOURISME	52
3.1	<i>Le tourisme émetteur</i> :	52
3.2	<i>Le tourisme intérieur</i> :	52
3.3	<i>Le tourisme interne</i> :	52
3.4	<i>Le tourisme international</i> :	52
3.5	<i>Le tourisme national</i> :	53
3.6	<i>Le tourisme récepteur</i> :	53
3.7	<i>Le tourisme de masse versus le tourisme alternatif</i> :	53
3.8	<i>Le tourisme bleu</i> :	54
3.8.1	Le tourisme de croisière :	54
3.8.2	Le tourisme fluvial :	55
3.8.3	Le tourisme littoral ou balnéaire :	55
3.8.4	Le pécaturisme :	56
3.9	<i>Le tourisme vert</i> :	56
3.9.1	L'écotourisme :	56
3.9.2	Le tourisme durable :	56
3.9.3	Le tourisme rural :	57
3.9.4	L'agrotourisme :	57
3.9.5	Le tourisme équitable :	57
3.9.6	Le tourisme solidaire :	57
3.9.7	Le tourisme responsable :	58
3.10	<i>Le tourisme montagnard</i> :	58
3.11	<i>Le tourisme culturel</i> :	58
3.12	<i>Tourisme de santé</i> :	58
3.13	<i>Le tourisme industriel</i> :	59
3.14	<i>Le tourisme d'affaire</i> :	59
3.15	<i>Le tourisme communautaire</i> :	59
3.16	<i>Le tourisme participatif</i> :	59
	Section 03 : tourisme phénomène multidisciplinaire booster des l'économies	59
1	LE TOURISME UN MOTEUR DE L'ECONOMIE MONDIALE:	60
2	LA PLACE DU TOURISME DANS L'ECONOMIE DES PAYS LEADER :	65
2.1	<i>Le tourisme en France</i> :	65
2.1.1	L'emploi dans le tourisme en France:	69
2.2	<i>Le tourisme aux Emirats Arabes unis</i> :	70
	CONCLUSION :	77
	Chapitre II : La gouvernance au service du secteur touristique	78

INTRODUCTION :	78
Section 01 : concept théorique de la gouvernance.	79
1 L'EMERGENCE DE LA GOUVERNANCE A TRAVERS LE TEMPS	79
2 LE CONCEPT DE LA GOUVERNANCE « PASSE DU PRIVE AU PUBLIC »	80
2.1 <i>La gouvernance privée ou d'entreprise</i>	80
2.2 <i>La gouvernance publique</i>	81
2.2.1 Les définitions de certaines institutions	81
2.2.2 Définition des ouvrages de référence et des spécialités	83
2.3 <i>Le concept de bonne gouvernance</i>	86
3 LES REGLES ET LES PRINCIPES DE BASE DE LA BONNE GOUVERNANCE :	87
3.1 <i>Séparation des pouvoirs</i>	88
3.2 <i>Indépendance de la justice</i>	88
3.3 <i>Société civile</i>	89
3.4 <i>Indépendance des médias</i>	89
3.5 <i>Renforcement des mécanismes de transparence, de surveillance et de responsabilité</i>	89
3.6 <i>Participation communautaire dans la surveillance civile, les droits de l'homme et la citoyenneté</i>	90
Section 02 : La gouvernance et le secteur du tourisme.	90
1 LA GOUVERNANCE APPLIQUEE AU SECTEUR DU TOURISME :	90
2 STRATEGIES EFFICACES DE GOUVERNANCE DU TOURISME POUR UNE GESTION DURABLE DES DESTINATIONS.	91
3 ANALYSE DE CERTAINS MODELES DE LA GOUVERNANCE DU SECTEUR DU TOURISME DANS LE MONDE.	92
3.1 <i>La gouvernance touristique aux Emirats Arabes Unis</i>	92
3.1.1 Gouvernance et Stratégie touristique adoptée aux E.A.U	93
3.1.1.1 La stratégie nationale du tourisme à l'horizon 2031	93
3.1.1.2 La stratégie du tourisme intérieur des Emirats arabes unis	94
3.2 <i>La gouvernance du secteur du tourisme en France</i>	96
3.2.1 Le financement et la gouvernance du secteur du tourisme en France :	97
3.2.2 Les stratégies et politiques liées au tourisme :	98
Section 03 : La gouvernance du secteur du tourisme en Algérie.	99
1 LES PRINCIPALES INSTITUTIONS ET ADMINISTRATIONS DU SECTEUR DU TOURISME EN ALGERIE	100
1.1 <i>Le Ministère du tourisme et de l'artisanat</i>	100

1.2	<i>La direction du tourisme et de l'artisanat</i> :.....	102
1.3	<i>L'agence nationale de développement du tourisme ANDT</i> :.....	104
1.4	<i>Organisation et fonctionnement de l'ANFT</i> :	106
1.5	<i>L'office national du tourisme (ONT)</i>	106
1.6	<i>Les offices locaux du tourisme</i>	107
1.7	<i>L'office national Algérien du tourisme (ONAT)</i> :	108
1.8	<i>La chambre nationale de l'artisanat et des métiers (les chambres de wilayas) CAM</i>	108
1.9	<i>L'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel (ANART)</i> :	108
1.10	<i>Les écoles de formation</i>	109
2	POLITIQUES ET STRATEGIES LIEES AU TOURISME	110
2.1	<i>Le schéma directeur d'aménagement du territoire « SNAT 2030 »</i> :.....	110
2.2	<i>Le Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2030 »</i> : ..	112
2.2.1	Faire du secteur du tourisme un moteur bousteur de l'économie nationale : Et ce en.....	112
2.2.2	Création d'un effet d'entraînement et stimuler la croissance de divers secteurs économiques.....	113
2.2.3	Accommoder Environnement et promotion du Tourisme :.....	113
2.2.4	La valorisation de l'image de la destination « Algérie » :.....	113
2.2.5	La mise en valeur du patrimoine culturel, historique et cultuel : ..	114
2.3	<i>Le nouveau concept du tourisme algérien selon le SDAT 2030</i> :.....	114
2.3.1	Les cinq leviers de la mise en tourisme de l'Algérie :	115
2.3.2	La nouvelle position du tourisme Algérien.....	115
3	E-GOUVERNANCE ET LE SECTEUR DU TOURISME EN ALGERIE	117
3.1	<i>« SIG WEB »</i> :	117
3.2	<i>Le portail électronique « circuits touristiques Algérie »</i> :	119
3.3	<i>Le portail électronique des services publics du secteur du tourisme (https://portail.mta.gov.dz/)</i> :	120
3.4	<i>La plateforme « IDARATI »</i>	122
	CONCLUSION :.....	124
	Chapitre III : La gouvernance et l'investissement touristique en Algérie	125
	INTRODUCTION :	125
	Section 01 : Analyse de la gouvernance des investissements touristiques en Algérie	127
1	DEFINITIONS ET CONCEPTS PRINCIPAUX	127
1.1	<i>L'investissement</i> :	127
1.2	<i>L'investisseur</i> :.....	129

1.3	<i>Investissement direct étranger (IDE) :</i>	129
1.4	<i>L'investisseur direct étranger</i>	129
1.5	<i>Entreprise d'investissement direct :</i>	130
1.6	<i>L'investissement Touristique :</i>	130
2	SPECIFICITES DES INVESTISSEMENTS TOURISTIQUES : CADRE CONCEPTUEL	131
3	ANALYSE DES FORMES DE L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE EN ALGERIE.	132
3.1	<i>L'investissement dans les agences de tourisme et de voyage : un acteur économique clé du secteur touristique.</i>	133
3.1.1	Analyse du cadre juridique des agences de tourisme et de voyages :	133
3.1.2	Les activités des agences de tourisme et de voyages :	135
3.1.3	Les conditions de création d'une agence de tourisme et de voyages :	136
3.2	<i>Le guide touristique : un pilier stratégique dans l'investissement touristique</i>	138
3.2.1	Procédures de demande d'accréditation en tant que guide touristique	140
3.2.2	Missions du guide touristique	140
3.3	<i>Analyse des enjeux juridiques d'investissement dans les structures hôtelières en Algérie</i>	141
3.3.1	Les établissements hôteliers concernés par ce décret sont :	142
3.3.1.1	Les hôtels :	142
3.3.1.2	Le complexe touristique ou village de vacances :	143
3.3.1.3	Les appartements d'hôtel ou résidences hôtelières :	143
3.3.1.4	Le motel ou relais routier :	143
3.3.1.5	Le camping touristique	144
3.3.2	Conditions et modalités d'exploitation des établissements hôteliers :	144
3.3.2.1	Le dossier se compose des documents suivants :	144
3.3.2.2	Exploitation des établissements hôteliers :	145
3.3.3	Agrément du gérant de l'établissement hôtelier :	147
3.4	<i>Législation et investissements dans les sources thermales et la thalassothérapie en Algérie</i>	147
3.4.1	Définition et classification des eaux thermales :	148
3.4.1.1	Demande de reconnaissance des eaux thermales :	149
3.4.1.2	Surveillance et protection des eaux thermales :	149

3.4.2 Conditions d'octroi de la concession	150
3.4.2.1 Procédures d'octroi de la concession pour l'exploitation des eaux thermales.....	151
Section 02 : Nouvelles Perspectives d'Investissement en Algérie: Principes et Garanties dans le cadre de la Loi N° 22-18.....	155
1 LES PRINCIPES D'INVESTISSEMENT SOUS LA LOI N°22-18	155
1.1 <i>Le principe de transparence et d'égalité de traitement des investissements.....</i>	<i>155</i>
1.1.1 Le principe de liberté d'investissement.....	156
1.1.2 Le principe de protection des investisseurs	157
1.1.3 Le principe de transparence et de numérisation des procédures....	157
1.2 <i>Les garanties légales et judiciaires</i>	<i>158</i>
1.2.1 Garanties légales	158
1.2.1.1 Le droit de cession et de transfert des investissements	158
1.2.1.2 Le droit de transférer les capitaux et les revenus générés	158
1.2.1.3 Protection contre la réquisition et l'expropriation	159
1.2.2 Garanties judiciaires	159
1.2.2.1 Le droit de recours devant les juridictions nationales	159
1.2.2.2 La mise en place d'une commission nationale des recours	159
1.2.2.3 L'interdiction de la réquisition et de l'expropriation.....	160
1.2.3 La garantie de la stabilité législative	160
1.2.4 Le droit de transfert des capitaux et des revenus	161
1.2.5 Garantie contre les contraintes bureaucratiques et délais réduits ..	161
1.2.5.1 Sanctions contre les entraves à l'investissement	162
1.3 <i>Procédure de recours et création de la Commission nationale des recours.....</i>	<i>162</i>
1.4 <i>Protection judiciaire et recours devant les tribunaux nationaux</i>	<i>162</i>
2 SANCTIONS CONTRE LES ENTRAVES A L'INVESTISSEMENT	163
3 TAUX DE BONIFICATION ALLOUE AUX PRETS BANCAIRES :	164
Section 03 : les indices qui influencent la gouvernance touristique en l'Algérie	164
1 L'INDICE DE DEVELOPPEMENT DES VOYAGES ET DU TOURISME (TTDI)....	165
1.1 <i>Analyse du score de l'Algérie par rapport aux indices de TTDI de L'année 2024</i>	<i>171</i>
2 L'INDICE DE PERCEPTION DE LA CORRUPTION (IPC)	172
2.1 <i>Analyse de la corrélation entre L'attractivité des investissements et la corruption</i>	<i>176</i>

3	L'INDICE DE L'ETAT DE DROIT DU WJP	178
4	L'INDICE DE DEVELOPPEMENT DE E-GOUVERNANCE EGDI.....	186
4.1	<i>Présentation de l'indice</i> :.....	186
4.1.1	OSI - Online Service Index (Indice des Services en Ligne) :.....	187
4.1.2	HCI - Human Capital Index (Indice de Capital Humain) :	187
4.1.3	TII - Telecommunication Infrastructure Index (Indice des Infrastructures de Télécommunication) :.....	187
4.2	<i>Analyse du classement de l'Algérie dans le Rang mondiale du EGDI</i> 190	
4.2.1	Analyse des scores des composantes de l'indice de développement de la gouvernance électronique	193
Section 04 : Analyse du développement de l'investissement touristique en Algérie entre 2012-2024		198
1	LES ZONES D'EXPANSION TOURISTIQUES ET L'AMENAGEMENT TOURISTIQUE 198	
1.1	<i>L'état des Zones d'expansion touristique en Algérie</i>	199
1.2	<i>Le renforcement et le développement du portefeuille du foncier touristique</i>	201
1.3	<i>Etat d'avancement des plans d'aménagements touristiques (PAT) 2024</i> 202	
2	AMENAGEMENT ET L'INVESTISSEMENT HOTELIER.....	204
3	SITUATION DU PARC HOTELIER (EN COURS D'EXPLOITATION)	205
4	SITUATION DES AGENCES DE TOURISME ET DE VOYAGES.....	210
5	SITUATION DE L'INVESTISSEMENT DANS LE SECTEUR DU THERMALISME ..	211
6	LES FLUX TOURISTIQUES	215
7	LA PART DU TOURISME DANS LE PIB.....	219
8	L'EMPLOI DANS LE SECTEUR DU TOURISME (BRANCHE HOTELS, CAFES, RESTAURANTS).....	220
9	LES GUIDES TOURISTIQUES	221
10	LA FORMATION TOURISTIQUE	222
11	L'ADHESION DANS LE PLAN QUALITE TOURISME :.....	223
Analyse et discussion des résultats du chapitre		224
CONCLUSION :.....		227
Conclusion générale		228
Bibliographie		237

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Introduction générale

Depuis la nuit des temps l'homme a été fasciné par les voyages, la conquête et la découverte de nouvelles terres et de nouveaux horizons. Aujourd'hui, le tourisme est considéré comme un phénomène économique mondial car il contribue au développement et à la croissance des pays en leur apportant plusieurs valeurs et atouts économiques d'une part; et, en contribuant à renforcer l'identité et les valeurs du pays d'une autre part.

L'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) décrit l'activité touristique comme étant tout déplacement d'un individu en dehors de son lieu de résidence habituel, pour une période excédant une journée (24 heures) ; mais n'atteignant pas un an.

Toujours selon l'OMT, en 2019, l'industrie du tourisme représentait environ 10% du PIB mondial. Ainsi l'industrie du tourisme est devenue l'un des secteurs économiques les plus dynamiques au niveau mondial. Le nombre de touristes internationaux a augmenté de manière exponentielle ces dernières décennies, passant de 25 millions en 1950 à plus de 1,4 milliard en 2019. Cette croissance spectaculaire de l'industrie du tourisme a des impacts significatifs sur les économies locales, régionales et nationales, notamment en créant des emplois, en générant des recettes fiscales et en stimulant le développement des infrastructures touristiques. Cependant, l'industrie du tourisme est également confrontée à des défis importants tels que la durabilité environnementale, la préservation du patrimoine culturel et la gestion des flux touristiques dans les destinations les plus populaires. La durabilité et la responsabilité sociale sont donc devenues des enjeux clés pour l'avenir de cette industrie.

L'industrie du tourisme est constituée de différents composants interdépendants qui travaillent ensemble pour offrir des expériences de voyage satisfaisantes aux touristes. Les principales composantes de l'industrie du tourisme incluent les infrastructures de bases, les moyens de transports, les hôtels et autres hébergements, les agences de voyages, les tour-opérateurs, les attractions touristiques, les restaurants et les activités de loisirs... Les compagnies aériennes et autres sont responsables de transporter les touristes vers leur destination, tandis que les hôtels et autres hébergements fournissent des logements confortables pendant leur séjour. Les agences de voyages et les tour-opérateurs proposent des forfaits de voyage tout compris, tandis que les attractions touristiques et les

INTRODUCTION GENERALE

activités de loisirs offrent des expériences culturelles et de divertissement. Enfin, les restaurants offrent des options alimentaires pour les touristes, avec des spécialités locales et des plats internationaux. Tous ces composants travaillent ensemble pour créer une expérience de voyage réussie pour les touristes, et leur succès dépend de leur capacité à travailler en collaboration pour répondre aux besoins des voyageurs afin de laisser une bonne image sur la destination et l'expérience touristique.

Néanmoins, le développement du tourisme est étroitement lié à l'attractivité des destinations. De même, pour assurer le succès d'une destination, deux paramètres importants doivent être pris en compte: la compétitivité et la durabilité. Ces deux paramètres se renforcent mutuellement.¹

Une destination touristique attractive doit créer une expérience unique et doit comporter plusieurs attraits tangibles et intangibles qui influenceront d'une manière positive les touristes: en plus des paysages naturels intéressants (plages, montagnes, fleuves, rivières, oasis...) des sites historiques et archéologiques, des musées, des centres de loisirs et de détente, des événements artistiques et culturels, de la nourriture typique du pays, des hôtes sympathiques et accueillants, mais aussi, et essentiellement des structures d'hébergements qui offrent des services à la hauteur des attentes des visiteurs (des hôtels, des résidences, des maisons d'hôtes, des villages de vacances...) à savoir des investissements touristiques.

Entre 2000 et 2014, l'Algérie a bénéficié d'une période de prospérité grâce à l'envolée des prix des hydrocarbures. Cette embellie financière a offert une certaine aisance économique, mais elle a également entraîné un manque de discipline et une gestion parfois irrationnelle des budgets publics, que ce soit au niveau de l'État ou des collectivités locales.

Toutefois, dès 2015, l'effondrement des prix des hydrocarbures sur le marché mondial a profondément perturbé cet équilibre. En raison de la forte dépendance de l'économie algérienne à la rente pétrolière, le gouvernement a dû mettre en place des politiques d'austérité et réduire les dépenses budgétaires. Les organisations publiques ont ainsi été contraintes de relever un défi majeur :

¹**Louis Dupont**, Analyse empirique de la relation entre tourisme et compétitivité : l'exemple des Antilles françaises, Études caribéennes, N° 23 ;Décembre 2012.

INTRODUCTION GENERALE

accomplir leurs objectifs – voire en atteindre de nouveaux – tout en disposant de moins de ressources financières.²

Dans ce contexte de restrictions budgétaires, la gouvernance publique s'impose comme un levier stratégique. Elle pourrait permettre d'améliorer l'efficacité et l'efficience des actions publiques pour relever ces défis économiques.

L'investissement touristique est un investissement matériel, c'est la création d'un nouveau capital réel (acquisition de terrains, construction ou achat d'édifices, réalisation d'équipements ou achat de matériels amortissables). Qui vise à accompagner ou à développer la fréquentation touristique.³

L'investissement direct étranger (IDE) dans le secteur du tourisme a mobilisé pour sa part 61,8 milliards d'USD à l'échelle mondiale en 2019, ce qui a permis la création de plus de 135 000 emplois. Malheureusement la pandémie de la COVID-19 a durement frappé le secteur. Les données suggèrent que les IDE mondiaux dans le tourisme ont chuté de 73,2 % au premier semestre 2020 par rapport à l'année d'avant.⁴

L'Algérie dispose d'une richesse inestimable pour attirer les touristes du monde entier, mais n'a pas su développer une politique touristique pour dynamiser l'industrie et rattraper le retard de développement de cette activité.

Selon le ministre du tourisme Mr Yacine HAMADI, la promotion tourisme en Algérie, entre autres, nécessite le renforcement de la capacité statistique du secteur pour permettre une prise de décision efficace lors de la conception des stratégies marketing, tout en mesurant la contribution du tourisme au développement et à la diversification de l'économie nationale qui est trop dépendante des hydrocarbures.⁵

² Mouloud Guerchouch, Djamel Si Mohammed, La gouvernance publique : une réponse à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience de l'action publique en Algérie dans un contexte de restriction budgétaires. REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES, Vol.18 , N°02, Décembre 2019.

³ Abdelghani, S.. L'arsenal juridique et législatif du secteur touristique en Algérie entre contraintes et avantages. Etude comparative: Algérie - Tunisie. *Revue AfakIlmia*, 2020, vol12 n°05, p. 04.

⁴ <https://www.unwto.org/fr/investment/tourism-investment-report-2020>) consulté le 06/06/2022 à 01 :30

⁵ Tourisme : Hamadi plaide pour le renforcement des capacités statistiques, journal le jeune-indépendant.net, publié le 27 mai 2022 à 19h12 consulté le 07/06/2022 à 23H40 .<https://www.jeune-independant.net/promotion-tourisme-en-algerie-hamadi-plaide-pour-le-renforcement-des-capacites/>

INTRODUCTION GENERALE

En 2019, l'Algérie possédait un parc hôtelier d'une capacité d'accueil de 132266 lits, la branche hôtel, café et restaurant a permis de créer plus de 320000 postes d'emplois directs. Durant cette même année l'industrie du tourisme a représenté 1,8% du produit intérieur brut (PIB) du pays, ce qui reste une faible contribution dans l'économie nationale.⁶

Afin d'inciter l'investissement dans ce secteur, et dans le but d'accroître ses retombées sur l'économie nationale, l'état doit mettre en place des mécanismes, des outils et des instruments pour une bonne gouvernance, et ce dans le but de mieux cadrer et organiser cette industrie et surtout dans l'objectif de rendre la destination touristique « Algérie » plus attrayante. « De bonnes pratiques de gouvernance peuvent contribuer à faciliter une approche gouvernementale intégrée du tourisme »⁷

L'approche de la gouvernance touristique nécessite des efforts de la part du gouvernement et de l'état dans le but d'instaurer une feuille de route portant des lignes directrices, des politiques et des stratégies en vue de promouvoir l'investissement dans ce secteur, néanmoins, il faut noter qu'il est important de travailler en étroite collaboration et coordination entre les différents secteurs (tourisme, environnement, agriculture, culture, transport, santé, communication...) ainsi qu'avec les différents acteurs du tourisme sans oublier d'inclure la société civile (étudiants, associations...) car l'industrie du tourisme ne peut pas fonctionner sans pouvoir s'appuyer sur une plateforme solide sur le long terme, et cela dans l'unique objectif de servir avant tout l'intérêt générale du pays et sa prospérité.

L'objectif de notre recherche est donc d'étudier le rôle de la gouvernance, les politiques et les stratégies mises en place par l'état pour l'attractivité des investissements touristiques et d'analyser leurs impacts sur l'économie algérienne.

1. Problématique :

Nous allons essayer de répondre à la problématique suivante :

⁶<https://www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme/?lang=fr#el-09bceffa> .

⁷ Louis ROME, LA GOUVERNANCE TOURISTIQUE À TRAVERS LE MONDE (Gouvernance touristique: prise 2), <http://louisrome.com/gouvernance-touristique-travers-monde-gouvernance-touristique-prise-2> consulté le 08/06/ 2022 à 01:30.

Quel est le rôle de la gouvernance dans l'attractivité des investissements touristiques en Algérie ?

Cette problématique nous a permis de poser les questions suivantes

- Quels sont les spécificités de la gouvernance des investissements touristiques en Algérie?
- Quelles sont les politiques et les stratégies mises en place par l'état afin d'encourager l'investissement touristique ?
- Comment le secteur du tourisme contribue-il au développement économique ?
- Quels sont les entraves et les contraintes que rencontrent les investisseurs dans le secteur du tourisme ?

2. Hypothèses :

- **Hypothèse n° 01** : Les investissements dans le secteur touristique revêtent une importance capitale dans la stimulation du développement économique de l'Algérie.
- **Hypothèse n° 02** : Une gouvernance efficace est essentielle pour assurer un développement durable du secteur du tourisme et une meilleure attractivité des l'investissements touristiques en Algérie.

3. L'importance de la recherche :

Nous cherchons à travers cette étude à démontrer l'importance des outils et instruments mis en place par l'État pour encourager et booster l'investissement dans le secteur du tourisme.

Également, souligner l'importance de la coordination et de la collaboration entre les différents secteurs autant dans le sens horizontal que vertical.

Pointer l'importance économique de l'industrie du tourisme, notamment en matière de création d'emplois directs et indirects et aussi sa contribution dans la croissance économique.

Souligner les entraves et les difficultés que rencontrent les investisseurs dans le secteur du tourisme.

4. Les limites temporelles et spatiales de la recherche

INTRODUCTION GENERALE

Nous tenterons d'analyser l'évolution du secteur du tourisme en Algérie particulièrement, l'investissement touristique et sa contribution dans l'économie nationale entre 2012 et 2024, il est important de souligner que nous avons enregistré quelques valeurs et données manquantes pour certaines années pour certains indicateurs. Nous analyserons également la relation entre la gouvernance et l'investissement touristique en intégrant les indices de gouvernance (disponibles pour l'Algérie) et les indices de compétitivité voyages et de tourisme (TTCI). Nous avons également bénéficié d'une étude comparative entre le cas de l'Algérie et celui de pays leaders en matière de performance touristique à l'échelle mondial et régional à savoir : la France et les Emirats Arabes Unis.

5. Méthodologie de recherche :

Afin de mener à bien notre recherche, nous avons adopté une approche inductive, qui consiste à dégager des conclusions générales à partir d'observations spécifiques. Cette démarche s'articule autour de trois axes méthodologiques principaux : une approche descriptive, une méthode analytique et une méthode comparative.

Dans un premier temps, nous avons recouru à une approche descriptive pour présenter et expliquer les concepts fondamentaux, les principes généraux et les cadres théoriques liés au sujet d'étude. Cette étape a permis de poser les bases conceptuelles nécessaires à la compréhension des enjeux de la gouvernance touristique, en mettant en lumière les définitions, les modèles et les théories pertinents.

Dans un second temps, nous avons mobilisé une méthode analytique pour examiner et interpréter les données statistiques disponibles. Cette analyse quantitative a été complétée par une étude qualitative approfondie, incluant des commentaires détaillés sur les tableaux, graphiques et indicateurs retenus. L'objectif était d'identifier les tendances, les dynamiques et les impacts économiques du secteur du tourisme, mais aussi de mettre en évidence les forces et les faiblesses des stratégies actuelles.

Enfin, nous avons utilisé une méthode comparative pour examiner les effets des politiques et stratégies de gouvernance touristique mises en œuvre par des pays leaders dans ce domaine, comme la France et les Émirats arabes unis. Cette comparaison a permis d'analyser les bonnes pratiques, les succès et les échecs de ces pays, ainsi que leurs impacts sur leurs économies respectives. Ces éléments ont ensuite été mis en perspective avec la situation de l'Algérie afin

INTRODUCTION GENERALE

d'identifier les écarts, les défis et les opportunités pour améliorer la gouvernance du secteur touristique algérien.

En combinant ces trois approches, cette recherche vise à offrir une compréhension holistique des enjeux de la gouvernance touristique et à proposer des solutions pour l'Algérie.

6. Structure de la recherche :

Notre étude va se diviser en trois principaux chapitres à savoir :

Le premier chapitre : le tourisme un phénomène mondiale boosteur de l'économie.

Dans ce chapitre nous allons aborder les différentes définitions du tourisme, ces caractéristiques, les composants de l'industrie du tourisme et les principaux éléments de l'attractivité touristique, nous allons également essayer de présenter l'impact du secteur sur l'économie de quelques pays leaders du tourisme.

Le second chapitre : la gouvernance au service du secteur touristique.

Nous allons tenter dans ce chapitre de comprendre le concept de la gouvernance, de voir ses mécanismes et ses indices d'un côté, d'un autre côté nous allons aborder la gouvernance touristique et donner quelques exemples des pays les plus touristiques du monde.

Le troisième chapitre : la réalité de la gouvernance du secteur du tourisme en Algérie.

Ce chapitre sera consacré à analyser de la réalité et les moyens du secteur du tourisme en Algérie et aussi à étudier la réalité de la gouvernance de ce secteur (les lois mises en place par le gouvernement dans le but de promouvoir l'industrie du tourisme et d'encourager l'investissement dans ce secteur clé, les différentes formes d'investissements sous tutelle du ministère du tourisme et de l'artisanat) nous allons également analyser le classement de l'Algérie dans quelques indices liés à la bonne gouvernance. Et enfin nous verrons la réalité des indicateurs de l'investissement touristique en Algérie.

7. Revue de littérature :

Parmi les études qui ont traité le sujet de l'importance du secteur du tourisme et sa contribution dans l'économie nous citons :

• ***L'étude de Belmedjahed Noura Nawel , intitulée « Tourisme en Algérie: évolution ou ralentissement ? –étude statistique de la période (2014-2017) »*** ce travail avait pour objectif d'analyser les points faibles et les points forts du secteur du tourisme en Algérie, en se basant sur des données et des statistiques présentées par le ministère du tourisme et de l'artisanat pour une période allant de 2014 à 2017. Les résultats de cette étude ont montré que malgré les progrès remarquables dans le secteur du tourisme, cette activité reste limitée à la saison estivale.

• ***L'étude de Hadia BRAHIMI et Khaled ROUASKI intitulée: LES ÉCONOMIES DU TOURISME EN ALGERIE : ETUDE STATISTIQUE DURANT LA PÉRIODE (1999 – 2018)*** cette article avait pour but d'analyser la situation de l'économie du tourisme en Algérie. Les chercheurs se sont basés d'un côté sur l'étude de l'évolution du marché touristique Algérien de 1999 à 2018, et d'un autre côté sur l'étude de la contribution du tourisme dans l'économie nationale à travers l'étude de la balance des paiements -pour voyages-, et sa contribution dans l'emploi et dans le PIB. Les résultats de la recherche ont conclu que malgré les progrès du secteur en matière d'investissements, la contribution de ce dernier dans le PIB reste très faible.

• ***L'étude de Lazhar OUANASSI et de OKADHI Mohamed Cherif, parue en 2020, intitulée : "le rôle du secteur du tourisme dans l'établissement des implications du Développement Durable : Une approche perspective de la gouvernance".*** L'objectif de cet article était d'approfondir les connaissances sur la nature de la relation entre le tourisme et le développement durable d'un côté, et d'un autre côté établir une étude sur les mécanismes mise en place par le gouvernement afin de soutenir le secteur du tourisme dans le but de parvenir au développement durable. Les résultats de cette étude ont démontré qu'il existe une forte relation entre tourisme et développement durable notamment en matière de création d'emplois et de richesses. Aussi, les mécanismes mises en place par l'État participent dans la bonne gouvernance du développement du tourisme durable à travers l'effort de collaboration entre les différentes institutions étatiques mais aussi entre le secteur public et le secteur privé spécialement en ce qui concerne la valorisation du patrimoine touristique et la sauvegarde des ressources naturelles.

• ***L'étude de l'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur les tendances et les politiques du tourisme dans les pays de l'OCDE édition 2020.*** Cette étude met en avant les bonnes pratiques de la gouvernance et les plus importantes politiques et réformes menées par les pays membres et partenaires de cette organisation dans le domaine du tourisme. Elle offre également une analyse détaillée des données sur le secteur du tourisme sous

INTRODUCTION GENERALE

ses différentes formes (interne, récepteur et émetteur) de chaque état membre mais aussi sur la taille globale de l'économie touristique, et d'après les résultats de la recherche, l'industrie du tourisme représente en moyenne dans ces états 4.4 % du PIB, 6.9 % de l'emploi et 21.5 % des exportations de services.

En plus, elle expose le modèle de gouvernance touristique (ministères, administrations publiques, organismes publics et privés, offices de promotion touristiques...) les différentes stratégies de gestion mises en place par chacun de ces états ainsi que les nouvelles politiques visant à accroître la durabilité et la compétitivité du secteur du tourisme. Ce rapport évoque aussi les effets de la transformation numérique sur les modèles économiques du tourisme et aborde les solutions qui peuvent permettre d'aider les petites et moyennes entreprises (PME) dans le secteur touristique. Cette étude vient aussi souligner l'importance de la collaboration et de la coopération des différents acteurs du secteur du tourisme (publics et privés) mais également entre les autres secteurs tel que l'environnement, la culture... et ce dans le but d'assurer une bonne gouvernance touristique.

- ***L'étude de Naser Ul Islam et Manjula Chaudhary, intitulée : « Index of Destination Attractiveness: a Quantitative Approach for Measuring Tourism Attractiveness »***, article apparu dans la revue scientifique « TURIZAM Volume 25, Issue 1, en 2021. Cette recherche aborde le concept d'attractivité touristique, considéré comme un déterminant clé de l'attrait touristique d'une destination. Il reflète les sentiments, les opinions et les perceptions des touristes quant à la capacité perçue d'une destination à répondre à un besoin de vacances. L'attractivité est influencée par l'image de la destination et découle des caractéristiques naturelles et artificielles d'une destination. Le document identifie les caractéristiques principales et secondaires de l'attractivité d'une destination, la nature, la culture et l'architecture traditionnelle étant considérées comme des caractéristiques principales et les infrastructures touristiques telles que l'hébergement, les transports, les services touristiques et les installations considérées comme des caractéristiques secondaires.

Les méthodes utilisées dans cet article incluent une enquête primaire menée auprès de 370 touristes afin d'analyser les raisons qui sous-tendent les perceptions générales concernant l'attractivité touristique de la vallée du Cachemire. Les perceptions ont été recueillies au moyen d'un questionnaire sur des paramètres sélectionnés, qui ont été choisis sur la base d'études antérieures et de discussions avec des experts du tourisme. Au total, 39 paramètres ont été choisis et les

INTRODUCTION GENERALE

réponses des touristes ont été recueillies sur une échelle de type Likert à cinq points. Le questionnaire a été pré-testé auprès de 50 touristes au cours de l'été 2018 et a été validé. Le questionnaire final a été utilisé pour collecter des données sur deux saisons, l'hiver 2018 et l'été 2019, afin d'éviter l'impact de la saisonnalité et d'autres événements sur les perceptions des touristes. Les personnes interrogées ont été contactées sur les sites touristiques populaires de Srinagar, Gulmarg, Pahalgam et Sonmarg, et des touristes ont également été contactés à l'aéroport international de Srinagar. Chaque répondant a été contacté personnellement par le chercheur et a été informé de l'importance de l'étude et de la valeur des commentaires avant de remplir le questionnaire afin de garantir des réponses efficaces. Les données recueillies dans le cadre de l'enquête ont été utilisées pour décomposer l'attractivité touristique en différents paramètres, et un indice d'attractivité des destinations a été préparé pour comprendre l'importance de chaque paramètre pour l'attractivité globale. Les résultats de l'article suggèrent que les attractions naturelles jouent un rôle très important dans l'attractivité touristique de la vallée du Cachemire. Cependant, la vallée ne possède pas d'autres facteurs de motivation touristique et ne répond pas à la plupart des critères d'hygiène. L'étude a développé un indice d'attractivité des destinations (IDA) afin de fusionner plusieurs mesures interdépendantes en une seule mesure. L'IDA peut être utilisé comme outil standard pour le suivi continu de l'attractivité. Les résultats de l'étude peuvent être utilisés pour améliorer l'attractivité de la vallée en travaillant sur les zones faibles. L'article conclut qu'un indice d'attractivité des destinations (IDA) a été développé et utilisé pour mesurer l'attractivité touristique de la vallée du Cachemire en Inde. L'IDA aide à identifier onze facteurs considérés comme importants pour l'attractivité des touristes et sont classés comme l'hygiène et la propreté, les attractions alimentaires, les facilités de transport, les structures d'hébergement, l'attractivité du site, les moyens de communication, les coûts, les attractions culturelles, les équipements touristiques, les attractions naturelles et l'activité touristique. Les résultats de l'étude peuvent être utiles aux gestionnaires de destinations pour travailler sur les zones déficientes et améliorer l'attractivité globale. L'IDA développée pour l'étude peut également être appliquée à d'autres destinations avec de légères modifications, comme le justifient les caractéristiques d'attractivité de ces destinations.

• *L'étude de Salah ZERIEB, Yacine Kouba, et Belkacem Berghout intitulée: "The Influence of Tourism Development Strategies on the Attractiveness of Mountainous Destinations: A Case Study of the Aures Mountains in Algeria" publiée le 12 octobre 2022, dans la revue Sustainability*

INTRODUCTION GENERALE

Cette étude explore comment les stratégies de développement touristique influencent l'attractivité des destinations de montagne. Pour cela, elle s'appuie sur des travaux théoriques solides et des recherches existantes dans le domaine. L'enquête a été menée dans trois sites touristiques emblématiques du massif des Aurès, où 468 visiteurs ont partagé leurs impressions et expériences. Les résultats mettent en lumière que ce qui attire principalement les visiteurs, ce sont les atouts locaux : des paysages naturels à couper le souffle, des monuments chargés d'histoire, une gastronomie traditionnelle savoureuse et la possibilité de rapporter des produits locaux, comme les fameuses pommes de la région. De plus, les tarifs attractifs ont été largement appréciés par la majorité des participants.

Cependant, tous ne sont pas aussi enthousiastes concernant certains services directement liés aux stratégies touristiques. L'hébergement, les activités de loisirs, les réseaux de communication et les transports ont souvent été pointés du doigt comme des points faibles, laissant les visiteurs insatisfaits.

Un autre enseignement intéressant de cette étude concerne l'intention des visiteurs à revenir. Celle-ci semble fortement liée à la qualité de l'environnement naturel, mais aussi à des facteurs personnels comme l'âge, le genre, le fait de disposer d'un véhicule ou encore la distance entre leur domicile et la destination. Ces éléments montrent que le retour n'est pas uniquement motivé par les infrastructures touristiques, mais plutôt par une combinaison de facteurs individuels et locaux.

En somme, cette recherche révèle un écart important entre le potentiel naturel et culturel de la région et les efforts déployés pour développer le tourisme. Les stratégies actuelles ne semblent pas pleinement exploiter les richesses locales, ce qui limite leur impact sur l'attractivité globale. Enfin, il est essentiel de garder à l'esprit que les résultats pourraient varier selon les saisons, car l'expérience des visiteurs change souvent en fonction du moment de l'année où ils se rendent sur place.

- ***L'étude d'Emmanuelle Marcelpoil, Liliane Perrin-Bensahel, Vincent Vlès, intitulée : « Gouvernance des territoires touristiques : l'économie confrontée à l'urgence de la gestion urbaine et sociale ».*** Cet article a fait l'objet d'une participation via une communication au 43^e colloque de l'ASRDLF « débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires », tenu le 11-12 et 13 juillet 2007, à Grenoble.

INTRODUCTION GENERALE

L'article traite de la gouvernance et des éléments réglementaires dans les territoires touristiques, en se concentrant spécifiquement sur les stations de sports d'hiver. Ces territoires touristiques ont toujours été associés à une économie basée sur le bénéfice, s'appuyant sur des caractéristiques naturelles telles que la neige et l'altitude. Cependant, des incertitudes apparaissent en raison de la maturité du marché, de l'évolution de la clientèle, de l'obsolescence des infrastructures, des difficultés liées à la neige et de la concurrence des nouveaux pays de l'UE. A travers cette communication, les auteurs visent à identifier et à caractériser les variables de gouvernance dans les destinations touristiques, en mettant l'accent sur les stations de sports d'hiver, et à analyser leur impact sur le développement. Ils explorent l'émergence de la gouvernance dans l'action publique, son application dans le secteur du tourisme et l'importance des projets territoriaux négociés. Le papier examine également les caractéristiques de gouvernance des stations de sports d'hiver, notamment les aspects marketing, sociopolitiques et économiques, les considérations relatives au travail, l'aménagement du territoire et le développement urbain.

L'article souligne la nécessité d'une réorganisation physique, fonctionnelle et paysagère des espaces publics dans les territoires touristiques afin d'améliorer la gestion du tourisme et d'améliorer la réputation du territoire. Cela inclut la prise en compte de la capacité, de l'ambiance, de l'accessibilité et de l'image du site touristique dans la conception des projets. Il met l'accent sur le rôle de la planification urbaine dans la gouvernance des destinations touristiques, qui était auparavant négligé. Selon les chercheurs, La planification urbaine peut contribuer à la transformation de ces destinations, en les rendant plus compréhensibles et plus attrayantes pour les touristes grâce à la projection et à la programmation d'informations dans les espaces publics. Le document souligne également l'importance de la production et de l'échange d'informations dans la production de services dans les territoires touristiques. Il suggère que le développement de systèmes d'intelligence économique territoriale, basés sur la connaissance des activités, des compétences et des réseaux, peut renforcer l'attractivité de ces territoires. En outre, l'article met en lumière les défis importants liés à la restructuration des stations de sports d'hiver en France, notamment la nécessité de réhabiliter les infrastructures vieillissantes, le déclin et le vieillissement de la clientèle et la dégradation de l'immobilier négligé.

Pour cette recherche, les auteurs utilisent une approche de recherche qualitative pour analyser les variables de gouvernance dans les destinations

INTRODUCTION GENERALE

touristiques, en se concentrant spécifiquement sur les stations de sports d'hiver. Ils utilisent également une revue de littérature pour explorer l'émergence de la gouvernance dans l'action publique, son application dans le secteur du tourisme et l'importance des projets territoriaux négociés. Enfin, ils analysent également les caractéristiques de gouvernance des stations de sports d'hiver, notamment les aspects marketing, sociopolitiques et économiques, les considérations relatives au travail, l'aménagement du territoire et le développement urbain. Cette recherche intègre des études de cas et des observations empiriques pour examiner les défis et les opportunités liés à la restructuration des stations de sports d'hiver en France.

Les résultats de cette recherche mettent en lumière les défis auxquels sont confrontées les stations de sports d'hiver en France, notamment le vieillissement des infrastructures, le déclin et le vieillissement de la clientèle et la nécessité d'une restructuration.

Au final, L'article souligne le rôle de la planification urbaine dans la transformation de ces stations et l'importance des critères d'évaluation pour des projets futurs cohérents et partagés.

CHAPITRE I :
LE TOURISME UN PHÉNOMÈNE
MONDIAL BOOSTEUR DE L'ÉCONOMIE

Chapitre I : Le tourisme un phénomène Mondial boosteur de l'économie

Introduction :

Le 27 septembre de chaque année est célébré comme étant la journée mondiale du tourisme. Cette date a été choisie car ce jour-là, en 1970, les statuts de l'OMT ont été adoptés. Effectivement cette journée a pour objectif principal la sensibilisation des populations sur le rôle du tourisme au sein de la communauté internationale et son impact sur l'amélioration des conditions de vie et l'épanouissement économique des gouvernements hôtes.

Dans ce chapitre, nous allons en premier lieu souligner les principes fondamentaux du tourisme. Ensuite nous essayerons de comprendre le concept de touristicité et son rapport avec l'attractivité touristique d'un territoire. Enfin nous allons analyser La place du tourisme dans l'économie de quelque pays leader dans ce domaine.

Section 01 : Les fondamentaux du tourisme.

Historiquement, le premier concept à avoir été esquissé est celui de touriste; ce n'est que plus tard que les premières tentatives de définition du tourisme ont vu le jour, avec le premier concept comme référence fondamentale. Le concept de "touriste" apparaît dans les dictionnaires et celui de "tourisme" dans les universités. Plus tard, pour des raisons liées aux relations internationales, il s'est avéré nécessaire de préciser le sens de "touriste", en laissant de côté le terme "tourisme". Étant donné que l'un d'entre eux - le touriste - a commencé à être fondamentalement utilisé à des fins statistiques et l'autre - le tourisme - à identifier une activité, il convient d'analyser l'évolution de chaque concept séparément.

1 L'évolution du tourisme à travers les temps :

L'histoire du tourisme s'étend sur une période considérable. Même en l'absence de moyens de transport ultrarapides tels que les trains à grande vitesse, les avions ou les navires de croisière somptueux, le désir d'être touriste a toujours existé.

Le développement du tourisme peut largement être attribué aux avancées technologiques dans le domaine des transports. Plus le réseau routier s'étend, plus les possibilités de déplacement s'ouvrent. De même, l'ouverture d'aéroports multiplie les destinations accessibles par avion.

L'histoire du tourisme est étroitement liée à la conjoncture économique, sociale et politique mondiale. Généralement, une personne aisée a plus de probabilités de partir en voyage pour ses vacances qu'une personne moins fortunée. De plus, les touristes évitent souvent les destinations instables politiquement.

L'industrie du tourisme a connu de multiples évolutions au fil des années. Nous aborderons en ce qui suit certains aspects clés de cette histoire touristique.

1.1 Le tourisme dans l'antiquité : Quand l'histoire du tourisme a-t-elle vraiment commencé ?

Il est difficile de déterminer avec certitude le début de l'histoire du tourisme. Sans selfies ni brochures de voyage à notre disposition, nous devons nous baser sur des suppositions concernant le tourisme dans l'Antiquité. Bien que les preuves directes soient limitées, des documents historiques offrent un aperçu des raisons des déplacements et de l'évolution vers le tourisme.

Au cours de l'Antiquité, les déplacements étaient souvent liés aux mouvements militaires visant à conquérir de nouveaux territoires et à contrôler les routes commerciales. Cela a posé les bases des voyages futurs. Les empires égyptien, romain et méditerranéen oriental ont vu les voyages nécessaires évoluer progressivement vers des formes de tourisme. Par exemple, les Phéniciens voyaient au-delà des impératifs commerciaux, nourrissant une curiosité pour découvrir ce qui se trouvait au-delà de la Méditerranée.

D'autres civilisations anciennes, telles que les Mayas au Mexique et la dynastie Shang en Chine, ont également pratiqué des voyages pour explorer et étendre leur influence. Des découvertes archéologiques, telles que des artefacts provenant de régions lointaines, témoignent de cette forme ancienne de tourisme.⁸

1.2 L'ère des empires :

L'évolution du simple voyage vers le tourisme moderne est complexe à déterminer. L'ère des empires, débutant avec les Égyptiens et englobant les Grecs jusqu'à la formation de l'Empire romain, a grandement influencé ce développement. Les déplacements se sont intensifiés au fil du temps, motivés par des facteurs variés tels que le commerce, l'éducation, la gouvernance et la religion.

L'émergence de gouvernements centralisés, dès les premiers royaumes égyptiens (4850-715 av. J.-C.), a rendu les voyages indispensables. Cette nécessité a entraîné la fourniture de besoins essentiels tels que le logement et la nourriture aux visiteurs d'autres régions, suscitant probablement la prise de conscience qu'on pouvait voyager simplement pour le plaisir. Les Grecs (900-200 av. J.-C.) illustrent cela en cherchant le plaisir dans de nouvelles destinations, en encourageant l'utilisation d'une langue commune et en faisant de leur monnaie une devise partagée.

Les lieux qui étaient importants pour les activités gouvernementales sont devenus ce que nous pourrions appeler, aujourd'hui, des attractions touristiques. Avec des auberges, des boutiques, des restaurants, des bars, des amphithéâtres et des arènes où l'on regardait des sports, des jeux et même des théâtres.

Dans cette période, le tourisme était un privilège réservé principalement aux riches. En Grèce, par exemple, des stations balnéaires et thermales ont été créées dans les villes avoisinantes les plages pour attirer le plus grand nombre possible de visiteurs à revenu élevé.

⁸ Hailey STAINTON, history of tourism <https://tourismteacher.com/history-of-tourism-2/>, consulté le 21/10/2023.

En Italie, des routes ont été construites pour faciliter le commerce et permettre aux empereurs romains de voyager plus facilement. Les riches voyageaient en chariots sur les routes, accompagnés de guides qui organisaient le transport, les services de restauration et d'hébergement, et qui devaient protéger les clients des brigands de la route. Chez les Romains, les visiteurs recherchaient l'art et des endroits attrayants tels que les grandes places et les amphithéâtres. En 164 av. J.-C., l'historien Philon a décrit les sept merveilles du monde, notamment, le grand phare d'Alexandrie, les pyramides, les ahurissants jardins suspendus de Babylone, l'immense statue de Zeus en Grèce, le temple d'Artémis (la déesse de la chasse, des pâturages et des forêts), et le mausolée d'Halicarnasse en Turquie. Aujourd'hui, ce qui reste de ces édifices suscitent encore l'intérêt de beaucoup de touristes assoiffés d'aventure et qui cherche à découvrir la puissance des anciennes civilisations, tel que les pyramides en Égypte et les jardins de Babylone.⁹

1.3 L'époque du moyen âge et de la renaissance :

Au Moyen Âge, les voyages étaient principalement motivés par des raisons pratiques, comme le commerce ou les pèlerinages. Cependant, la curiosité et le goût de l'exotisme étaient également présents, comme en témoignent les récits de voyage de Marco Polo.

À la Renaissance, le tourisme a retrouvé l'esprit de l'Antiquité, qui était motivé par la recherche du savoir et de la culture. Les voyageurs de cette époque étaient souvent des intellectuels ou des artistes qui cherchaient à découvrir de nouvelles cultures et à enrichir leurs connaissances.

1.4 L'ère du grand tour :

L'ère du Grand Tour constitue une part significative de l'histoire du tourisme, marquant véritablement le commencement du tourisme tel que nous le connaissons entre 1613 et 1785. Initié par les individus les plus aisés de la société, ces voyages avaient une visée éducative. Cette pratique est devenue rapidement une tendance à la mode et a symbolisé le statut social.

Les jeunes adultes entreprenaient des voyages à travers l'Europe pour explorer l'art, l'architecture, la science, et bien plus encore, dans des pays autres que le leur. Les destinations les plus prisées étaient généralement la France, la

⁹ Ahmed Mahmoud Mkabla, "L'industrie du tourisme," Dar Kunooz Al-Maarifa, Amman, Jordanie, Première édition, 2007, pp. 54-55.

Suisse, l'Allemagne et l'Italie. Chaque « Grand Tour » pouvait s'étendre sur plusieurs années, avec les voyageurs se déplaçant en carrosse, accompagnés d'une personne plus âgée chargée de veiller sur eux.

Les dynamiques ont connu un léger changement avec l'avènement de la révolution industrielle vers 1750, marquant une transformation permanente des structures économiques et sociales. La révolution a rendu les voyages prolongés tels que ceux du Grand Tour moins praticables pour de nombreuses personnes. La vie en usine, la gestion des affaires et, plus largement, l'essor de l'industrialisme moderne ont enchaîné les individus à des lieux spécifiques. Les transports ont également subi des transformations, devenant plus efficaces à mesure que les économies se développaient et que la technologie progressait. Les marchés ont étendu leurs frontières, et les individus ont bénéficié de revenus plus élevés. Les voyages étaient dorénavant destinés aux affaires et aux loisirs, mais avec moins de temps libre, les trajets se sont raccourcis. L'industrie du tourisme a dû s'adapter rapidement pour répondre aux nouveaux besoins de la clientèle émergente.

1.5 L'Ère de la Mobilité :

La phase suivante de l'histoire du tourisme met l'accent sur la mobilité. Au fil du temps, l'économie (et la richesse individuelle) ne cessait de croître. L'augmentation du temps de loisir et l'accessibilité accrue aux moyens de transport ont entraîné un essor du tourisme. Avec moins de personnes enchaînées à des emplois absorbants comme l'agriculture et un passage à des postes de bureau et d'usine, davantage de temps libre était disponible. L'Ère de la Mobilité (1800-1944) s'est définie par une croissance des voyages vers de nouvelles destinations, qu'elles soient proches ou lointaines.

Avec l'émergence de nouvelles routes, de trains de passagers, de diligences et de navires à voile devenant plus courants, le tourisme n'a cessé de croître. La France et la Grande-Bretagne bénéficiaient de systèmes routiers et ferroviaires exceptionnels, rendant l'idée du voyage encore plus accessible.

Puis est apparu Thomas Cook, à qui l'on peut certainement attribuer le mérite d'avoir introduit le voyage et le tourisme au grand public. Thomas Cook demeure l'un des noms les plus célèbres de l'histoire du tourisme ! Il a été le pionnier des forfaits touristiques, englobant le voyage, l'hébergement, et souvent même les repas. En 1841, il a organisé un voyage regroupant environ 570 personnes de Loughborough à Leicester. Pour un shilling, le voyage incluait la nourriture et le divertissement. La demande a été instantanée pour plus de la même

chose, et ainsi a émergé une activité à temps plein dédiée à l'organisation et à la fourniture de services de voyage !

L'ère de la mobilité a continué à apporter des changements. Les voitures et les voyages en avion ont été introduits ensuite ; avec la production de masse de la Ford Model T par Henry Ford en 1914, les individus ont eu plus de liberté pour voyager. Et grâce au premier vol réussi de l'avion d'Orville et Wilbur Wright à Kitty Hawk, en Caroline du Nord, les voyages commerciaux en avion ont également été introduits. Cela signifie que le temps nécessaire pour voyager sur de longues distances a été beaucoup réduit, et donc les gens étaient plus mobiles.¹⁰

1.6 L'ère moderne du tourisme :

L'ère moderne a été une période de croissance exponentielle pour l'industrie du tourisme. Un certain nombre de facteurs ont contribué à cela, notamment :

- Les congés payés : L'introduction par George Westinghouse de l'idée des congés payés a donné aux classes ouvrière et moyenne de certains pays le temps et l'argent nécessaires pour voyager.
- L'augmentation du revenu et des salaires : Au fur et à mesure que les économies ont crû dans l'après-guerre, les gens ont eu plus d'argent à dépenser pour les loisirs, y compris les voyages.
- La production de masse de voitures : La production de masse de voitures a rendu les voyages plus abordables et plus pratiques.
- Les voyages en avion : L'introduction des voyages en avion dans les années 1950 a permis de parcourir de longues distances plus rapidement et plus facilement.
- Le modèle de franchise pour l'expansion des entreprises : Les hôtels et les motels ont adopté le modèle de franchise pour l'expansion de leurs entreprises, ce qui leur a permis de se développer rapidement.

L'ère moderne a également vu une évolution des types de voyages que les gens font. Dans le passé, les voyages étaient souvent considérés comme un luxe pour les riches. Cependant, aujourd'hui, les voyages sont plus accessibles aux personnes de tous niveaux de revenus. En outre, il existe une plus grande diversité d'expériences de voyage disponibles, du sac à dos à petit budget aux croisières de luxe.

¹⁰ Hailey STAINTON, op. cit.

1.7 L'ère du numérique et des nouvelles technologies (NT) ¹¹:

L'avènement rapide d'Internet dans les années 1990, qualifié de « révolution numérique », a ouvert de nouvelles opportunités pour équilibrer la chaîne de valeur touristique. Internet a permis aux fournisseurs locaux de produire et de diffuser du contenu numérique, échappant partiellement à la domination des grands distributeurs touristiques.

Les technologies numériques ont joué un rôle clé dans la transformation de l'écosystème touristique, en passant de la dématérialisation à l'e-tourisme. La désintermédiation a autonomisé les prestataires locaux, surtout dans les pays du Sud.

Une compétition intense a émergé entre les acteurs en ligne et les entreprises traditionnelles adaptant leurs modèles à Internet. Les systèmes mondiaux de distribution (GDS) ont été des acteurs majeurs, transformant leur position monopolistique grâce à Internet.

Les géants de l'informatique, comme Microsoft avec Expedia, ont rapidement compris les opportunités du marché du voyage en ligne. Le modèle économique des OTA, basé sur des commissions, risque de désavantager les prestataires locaux.

L'ascension des géants technologiques tels que Google, Apple, Facebook, Amazon (GAFA) est notable, avec des outils comme Google Flights et Amazon Explore. Ces acteurs du big data s'imposent comme des intermédiaires incontournables.

Les plateformes communautaires comme TripAdvisor ou booking atténuent l'impact du marketing intrusif avec une approche de marketing de permission, plaçant le tourisme à l'ère du marketing communautaire. Le touriste est considéré comme un partenaire influent dans la construction de communautés de marque et de passion.

Internet a permis aux destinations de promouvoir leurs produits et services auprès d'un public plus large. Cependant, il a également conduit à une augmentation du tourisme de masse, qui peut avoir des impacts négatifs sur l'environnement et les communautés locales.

¹¹ Larbi Safaa, Gwenaëlle Oruezabala et Marc Bidan, Le tourisme à l'ère des technologies numériques, Téoros , vol 40 N° 2, octobre 2021, P 9

2 Définition du tourisme :

2.1 Définition des institutions et des organismes internationaux :

Les Nations Unies en 1963 ont donné la définition suivante lors de la Conférence sur le Voyage et tourisme internationale : « est un phénomène social et humain fondé sur la transmission de l'individu à partir de son lieu de résidence permanente à un autre endroit pour une période temporaire d'au moins 24 heures, ni plus d'un an dans le but de tourisme de loisir ou de tourisme thérapeutique ou historique. »¹²

L'organisation mondiale du tourisme (OMT), quant à elle, explique que : « Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques »¹³

Pour sa part, la commission économique et sociale pour l'Asie occidentale (CESAO) estime que le tourisme concerne : « toute personne qui voyage entre deux ou plusieurs Etats pour plus de 24 heures et moins d'un an afin de passer des vacances ou de loisirs ou l'exercice de certaines actions ou le commerce. »¹⁴

Selon Tourism Society of Britain, "le tourisme est le déplacement temporaire, sur une courte période, de personnes vers des destinations autres que celles où elles vivent et travaillent habituellement, et les activités qu'elles pratiquent pendant leur séjour dans ces destinations"¹⁵. Cette définition englobe les déplacements de personnes à toute fin utile.

Ces définitions du tourisme présentent des similitudes et des différences. D'un côté elles soulignent toutes le fait que le tourisme implique le déplacement temporaire des individus hors de leur lieu de résidence habituel. Elles considèrent également que le tourisme peut être motivé par des raisons personnelles, de loisirs,

¹² OULD SAID Mohammed, BOUROUBA M'hamedelhadj, Le secteur du tourisme moteur prometteur dans l'économie Algérienne, Revue finance et marchés, Volume 5/ Numéro 10/ 2019, P 76

¹³ OMT, Glossaire, <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme> date de consultation 05/11/2022.

¹⁴ OULD SAID Mohammed, BOUROUBA M'hamedelhadj, Idem, p77.

¹⁵ Tourism : definition, types & forms, history & importance of tourism ; <https://tourismnotes.com/travel-tourism/> date de consultation 01/08/2023.

de traitements médicaux ou professionnels. De plus, elles s'accordent sur le fait que les personnes impliquées dans l'activité touristique peuvent être des résidents ou des non-résidents, et qu'elles peuvent effectuer des dépenses touristiques.

Cependant, il existe également des différences entre ces définitions. La définition donnée par les Nations Unies en 1963 est très spécifique, en précisant que le tourisme implique un déplacement pour une période temporaire d'au moins 24 heures, mais pas plus d'un an. En revanche, la définition de l'OMT est plus large, elle ne spécifie pas une durée minimale ou maximale pour un voyage touristique. Enfin, la définition de la CESAO est plus axée sur les aspects économiques et commerciaux du tourisme, en mettant l'accent sur le fait que le tourisme peut inclure des activités commerciales.

Pour résumer, ces définitions du tourisme présentent des points communs et des différences, mais elles s'accordent sur l'idée que le tourisme implique le déplacement temporaire des individus dans un but personnel ou professionnel, qui peut avoir des conséquences économiques et culturelles.

2.2 Définition des chercheurs et spécialistes du tourisme :

En 1905, un chercheur allemand dénommé **Feuler E .G** définit le tourisme comme étant « Un phénomène de notre temps découle de la nécessité croissante pour le repos et pour changer l'air et un sens de la beauté de la nature, et à un sentiment de joie et de plaisir de logement dans les zones de nature très attirante, et aussi à la croissance des communications en particulier parmi les peuples des différents groupes de l'humanité "16

En 1910 l'économiste autrichien **Hermann von Schullern zu Schrattenhofen** ; définit le tourisme comme étant " l'ensemble des phénomènes, notamment économiques, produits par l'arrivée, le séjour et le départ des voyageurs dans une certaine commune, province ou État et qui, par conséquent, leur sont directement liés "17. Si cette définition ne rejette pas les phénomènes d'une autre nature, elle fait néanmoins la part des questions économiques et n'englobe que les visiteurs étrangers qui, selon les conceptions de l'époque, étaient les seuls à pouvoir être considérés comme des touristes. Elle identifie aussi

¹⁶OuldSaid Mohammed, Le secteur touristique en Algérie réalité et aspiration, étude empirique de la willaya de Mostaganem, thèse de doctorat, université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion, 2020, P 8.

¹⁷ Paul Bernecker, Les Fondements du Tourisme, Cours d'Etudes Touristiques. Genève: UIOOT, Union international des Organismes Officiels du Tourisme, 1965

l'émergence de nouveaux phénomènes (économiques, mais aussi de "production de transport" et de "vie sociale") et souligne leur interdépendance.

La même année, **Edmond Picard**, de l'Université de Bruxelles, également cité par Bernecker, explique que l'industrie du voyageur est "l'ensemble de ses organes et de son fonctionnement"¹⁸ non seulement du point de vue des voyageurs mais surtout du point de vue des valeurs qu'ils véhiculent et de ceux qui, dans les pays visités, bénéficient directement ou indirectement des dépenses que les voyageurs effectuent pour satisfaire leurs besoins d'instruction ou de plaisir. La définition ne brille pas par sa clarté mais elle met en évidence le fonctionnement des organismes qui résultent des déplacements des voyageurs ainsi que les dépenses qu'ils effectuent dans les pays visités et qui entraînent directement ou indirectement certains organismes.¹⁹

Les académiques suisses, **Hunziker et Krapf** En 1942, donnent la définition suivante du tourisme : « somme des relations et des phénomènes découlant du voyage et du séjour des non-résidents, dans la mesure où ils ne conduisent pas à la résidence permanente et ne sont pas liés à une activité de gain »²⁰Cette définition met en évidence quatre éléments intéressants:

- Le tourisme est une somme de relations et de phénomènes, qui ne sont toutefois pas explicités ;
- Il nécessite un déplacement vers un lieu situé en dehors de la résidence habituelle ;
- Il ne peut être utilisé pour l'exercice d'une activité rémunérée ;
- Et il englobe toute personne, résidente ou non, et tout lieu de destination, c'est-à-dire qu'il comprend le tourisme intérieur et le tourisme d'arrivée. Néanmoins, elle ne limite pas la durée du séjour et le déplacement peut être effectué pour n'importe quelle raison, à l'exception de celles qui impliquent l'exercice d'une activité rémunérée. Cette définition a été adoptée par l'Association internationale des experts scientifiques en tourisme (IASSET) et a prévalu pendant longtemps.²¹

En 1974 , **Burkart et Medlik** suggèrent la nécessité de faire la distinction entre le concept et les définitions techniques, estimant que le premier doit nous

¹⁸MOUSSAOUI Mbarka : « les services touristiques et hôtelier et son impact sur le comportement du consommateur » cas de quelques hôtels de la wilaya de Mostaganem, Université « Abu bekrBelkaid » Tlemcen, Faculté des sciences économiques, sciences commerciales et sciences de gestion, 2012.P 47

¹⁹ Idem, P 47

²⁰ SIMON Anthony, les espaces du tourisme et des loisirs, Malakoff, DUNOD, 2017, P 22

²¹Licínio Cunha, The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry, Cogitur: Journal of Tourism Studies, Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias , Portugal, 2012 ,P101.

permettre d'identifier les caractéristiques essentielles et de distinguer le tourisme des phénomènes similaires, souvent apparentés mais également différents .

Raymundo Cuervo perçoit le tourisme comme un système de communication ayant le pouvoir de diffuser des informations positives et utiles en faveur de la paix mondiale. Cependant, il peut également engendrer des aspects négatifs susceptibles de perturber l'harmonie des relations humaines. Cela pose le défi au système de fonctionner de manière à maintenir son rôle en tant qu'agent de communication positive.²²

L'une des approches les plus anciennes du concept de tourisme, dans une optique holistique, est celle de **Leiper** en 1979, qui, à partir de l'identification des éléments qui composent le système touristique, propose la définition suivante : "Il s'agit du système impliquant le voyage discrétionnaire et le séjour temporaire de personnes hors de leur lieu de résidence habituel pour une ou plusieurs nuits, à l'exception des circuits dont le but principal est de gagner une rémunération à partir de points en cours de route. Les éléments du système sont les touristes, les régions génératrices, les itinéraires de transit, les régions de destination et l'industrie touristique".²³

Wahab, en 1977, a décrit le tourisme comme étant : « une Activité humaine intentionnelle qui sert de moyen de communication et de lien d'interaction entre les peuples, à l'intérieur d'un pays ou même au-delà de ses frontières géographiques. Il implique le déplacement temporaire de personnes d'une région à une autre, d'un pays à un autre, voire d'un continent, dans le but de satisfaire des nécessités et non de réaliser une activité rémunérée ». ²⁴cette définition est plus ou moins la plus complète, mais elle exclut également les déplacements rémunérés.

En 1982, **Mathienson** et **Wall** ont tenté une approche plus large en considérant que le tourisme est un élément essentiel de la société. une approche plus large en considérant que le tourisme "est le mouvement temporaire de personnes vers des destinations en dehors de leurs lieux de résidence et de travail habituels, les activités entreprises pendant le séjour et les installations créées pour répondre aux besoins des touristes".²⁵ Cette définition souligne la complexité de

²² Alexandre Panosso Netto, What is Tourism? Definitions, Theoretical Phases and Principles, Philosophical issues in Tourism, channel view publication, Bristol, U.K Mars 2009, p 51.

²³ Neil Leiper, The Framework of Tourism. Towards a definition of Tourism, Tourist and the Touristic Industry. Annals of Tourism Research, Oct/Dec. 1979, P 390-407.

²⁴ Alexandre Panosso Netto, op-cit , P 45.

²⁵ Mathieson, A. & Wall, G. Tourism Economic Physical and Social Impacts. Harlow, UK: Longman, 1982, P

l'activité touristique, laisse entrevoir les relations qu'elle implique et cherche à comprendre l'offre et la demande touristiques.

Quelques années plus tard, **McIntosh** et al. (1995) proposent une définition selon laquelle le tourisme « est la somme des phénomènes et des relations découlant de l'interaction entre les touristes, les fournisseurs d'entreprises, les gouvernements et les collectivités d'accueil en vue d'attirer et d'accueillir ces touristes et d'autres visiteurs. »²⁶

En 1997, **Tribe** a modifié la définition sus-mentionnée, en la remplaçant par « La somme des phénomènes et des relations résultant de l'interaction, dans les régions génératrices et hôtes, des touristes, des fournisseurs d'affaires, des gouvernements, des communautés et des environnements »²⁷. Pour **Tribe**, cette définition révèle les principales dimensions du tourisme : celles liées aux touristes (motivations, choix, satisfaction, interaction) ; celles liées aux entreprises (y compris le marketing, l'organisation et la planification des entreprises de transport, l'hôtellerie et les loisirs). Les entreprises de transport, l'hôtellerie et les loisirs) celles relatives à la communauté d'accueil (y compris les perceptions, les impacts économiques, sociaux et culturels) ; celles relatives à l'environnement d'accueil (y compris l'impact écologique) ; celles relatives aux gouvernements d'accueil (y compris la mesure du tourisme, les politiques et la planification) ; et celles relatives aux pays générateurs (y compris les effets économiques, environnementaux et culturels).

D'autres définitions pourraient être citées (**Go, Ryan, Przecławsky**, etc.), mais notre intention était de choisir certaines des plus représentatives présentées tout au long du XXe siècle, dans un essai d'identifier des points communs qui sauraient nous aider sur la voie d'un sens unificateur.

Après avoir examiné et analysé attentivement les différentes définitions émises par les chercheurs et les divers organismes. Nous concluons que Le tourisme représente: « un phénomène d'envergure mondiale impliquant le déplacement légal d'individus, souvent désignés sous le terme de "touristes", vers des destinations nouvelles pour eux. Ces lieux se situent en dehors de leur cadre de vie habituel et ce déplacement s'étend généralement sur une durée minimale de 24 heures, sans toutefois excéder une année. Cette pratique trouve son origine dans diverses motivations, à l'exception des incitations financières. Les retombées

²⁶Robert W. McIntosh, Charles R. Goeldner, J.R. Brent Ritchie ; *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, New York: John Wiley & Sons, 7th ed. 1995. P 77

²⁷ John Tribe, *The indisciplin of tourism*, *Annals of Tourism Research*, elsevier, Volume 24, Issue 3, 1997, Pages 638-657, P 643.

de ces déplacements se font ressentir sur les plans économique, social, culturel, et même au niveau de l'évolution des sociétés »

2.3 Le touriste centre de toute activité touristique :

L'expérience de voyager et de découvrir de nouveaux horizons a toujours fasciné l'humanité. Au cœur de cette quête d'exploration se trouve le concept du "touriste". Ce terme, en apparence simple, recèle en réalité une complexité intrigante. Définir ce qu'est véritablement un touriste requiert une exploration minutieuse des motivations, des comportements et des caractéristiques qui distinguent ces voyageurs curieux. Plongeons-nous donc dans l'univers des voyageurs et cherchons à décrypter la nature profonde du voyage touristique.

« Le terme touriste vient du mot « tourist » du dérivé français « tour » et trouve son existence initiale en Grande-Bretagne au 18^{ème} siècle »²⁸

Ce mot désigne les jeunes anglais qui effectuent le « tour » de France pour approfondir leurs connaissances ou simplement pour découvrir le continent, commençant par Paris puis Bordeaux, les environs de Nîmes, Marseille avant de regagner Dijon et la Bourgogne.

Le terme « touriste » apparaît pour la première fois en 1800 en anglais, en 1803 en français et en 1875 en allemand. Aujourd'hui encore, le mot n'existe pas dans certaines langues et il est apparu récemment en mandarin²⁹. S'employant, pour définir le « voyageur qui ne parcourt les pays que par curiosité et désœuvrement » ; on retrouve les mêmes notions que recouvrait le terme « tourisme » qui lui n'apparaîtra ensuite qu'en 1841.

Ainsi, il est possible de proposer diverses définitions du touriste, étant donné que celui-ci joue un rôle central au sein du processus touristique, comme en témoigne ce qui suit³⁰ :

- Touriste : « tout visiteur temporaire séjournant au moins 24 heures dans un pays étranger et dont les motifs de voyage sont les loisirs, les vacances, la santé, les affaires, les études, les missions scientifiques, sportives, administratives, religieuses »

²⁸Pierre KALFON : tourisme et innovation. Édition l'harmattan 2009 Paris, p 15

²⁹ Philippe Dumahel, « Chapitre 1. Touristes et tourisme : les spécificités d'un voyage et d'un voyageur dans un monde de mobilité », dans : *Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires*, sous la direction de DUHAMEL Philippe. Paris, Armand Colin, « Collection U », 2018, p. 11.

³⁰ TERFAYA Nassima : « Apport de la culture marketing dans le développement touristique ». Edition Houma Alger 2008. P18

- Touriste : « personne qui se déplace, voyage pour son agrément, personne ne qui voyage par plaisir ou dans un but culturel, parcourant certains lieux pour leurs intérêts, pour la beauté du paysage »
- Touriste : « toute personne en déplacement hors de son environnement habituel pour une durée d'au moins une nuitée, et d'un an au plus »

La seule norme internationale immuable repose actuellement sur la détermination du terme "touriste". Celle-ci trouve son origine en 1963 lors de la conférence des Nations Unies qui s'est tenue à Rome et portait sur le tourisme et les voyages à l'échelle internationale. Cette définition repose sur deux critères distinctifs pour classer les voyageurs : le motif du déplacement et la durée. Selon cette définition, toute personne en déplacement hors de son cadre habituel pour une période allant d'au moins une nuitée à un maximum d'un an, et ce, pour des raisons qui ne sont pas liées à une activité rémunérée dans le lieu visité, est considérée comme un touriste.

Toutefois, Il est comptabilisé comme touriste international dans un pays donné, toute visite d'une personne ne résidant pas dans ce pays et venant y passer au moins une nuitée.³¹

Coltman (1989) explique qu'en 1963, les Nations unies ont organisé une conférence sur les voyages et le tourisme internationaux à Rome, en Italie, qui a été adoptée en 1968 par l'Union internationale des organismes officiels de voyage (qui est devenue plus tard l'Organisation mondiale du tourisme). La réunion a convenu d'une définition commune du tourisme, car il s'agit d'une notion très large. Les membres se mirent d'accord pour remplacer le terme "touriste international" par "visiteur". Par visiteur, on entend toute personne qui se rend dans un pays autre que celui dans lequel elle réside habituellement, pour toute autre raison que l'exercice d'une activité professionnelle rémunérée dans le pays visité³². Cette définition a été créée pour les voyageurs internationaux, mais elle peut facilement être adaptée aux touristes voyageant dans leur propre pays (touristes nationaux) en remplaçant le mot pays par le mot région ou zone. Le visiteur peut donc se référer à 2 sortes de voyageur.

- Touriste : «un touriste est un visiteur qui séjourne plus de 24 heures dans un pays/une région/une zone et qui y passe la nuit pour quelque raison que ce soit (affaires, congrès, convention, famille, amis, santé, vacances, loisirs, réunion,

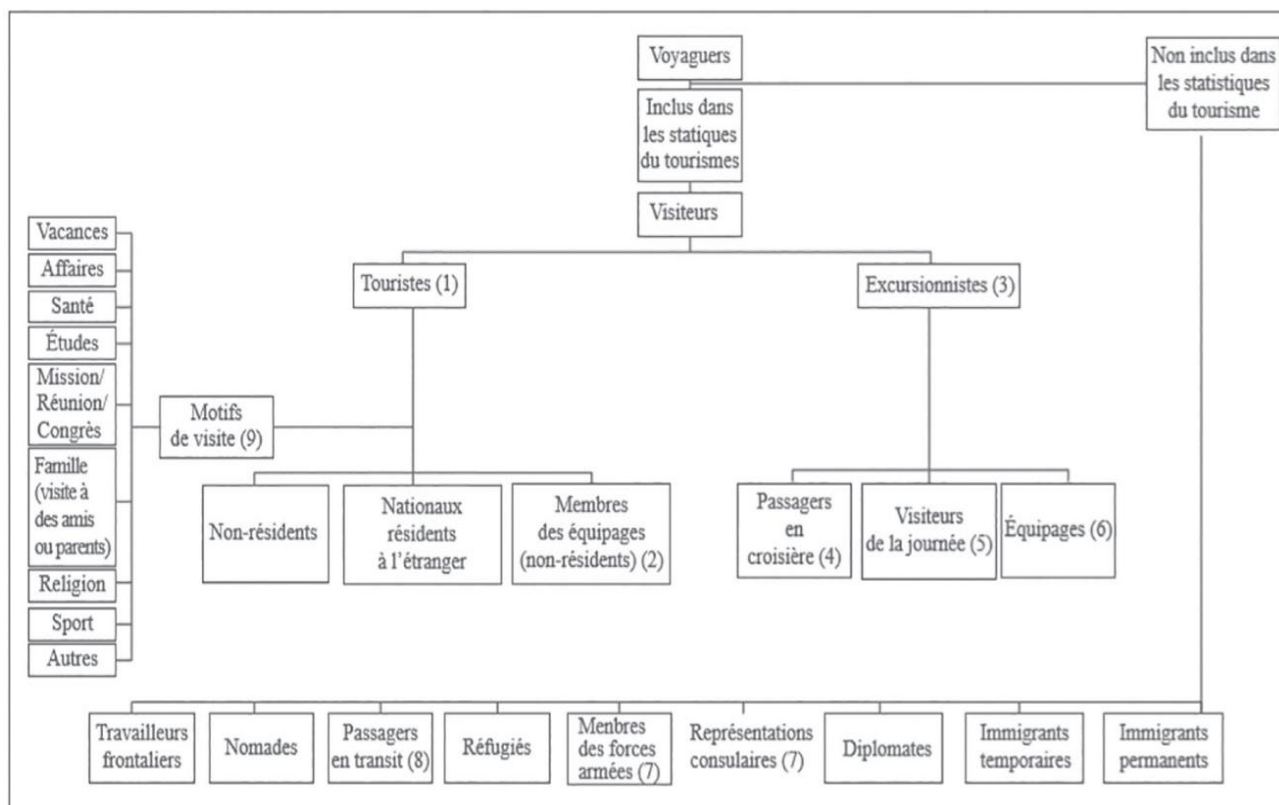
³¹ Pierre KALFON : op.cit.P18

³² Recueil de recommandations de l'OMT, 1975–2015, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417773> consulté le 02/08/2023.

mission, récréation, parents, religion, sport, vacances d'études), à l'exception d'un travail rémunéré ». ³³

- Excursionnistes (visiteurs d'un jour) : « visiteurs qui séjournent moins de 24 heures et qui ne passent pas la nuit sur place. ne passent pas la nuit à destination ». ³⁴

Figure 1 : Classification des voyageurs selon l'organisation mondiale du tourisme



Source : **Anthony SIMON**, *Tourisme fondamentaux et techniques*, Dunod, 2019, P08.

Nous pouvons également classer les visiteurs et les touristes selon la nature et le but de leurs voyages comme le démontre la figure suivante.

L'OMT a élaboré une série de recommandations sur les statistiques du tourisme, issues de la conférence d'Ottawa de 1991 et officiellement adoptées par la Commission statistique des Nations unies en 1993. Elle a recommandé une partie de la signification concernée étaient : ³⁵

³³ United Nations Conference on International Travel and Tourism, Rome, recommendations on international travel and tourism, 21 August-5 September 1963 , United Nation Publication, 1963, P 05

³⁴ Idem, P 05

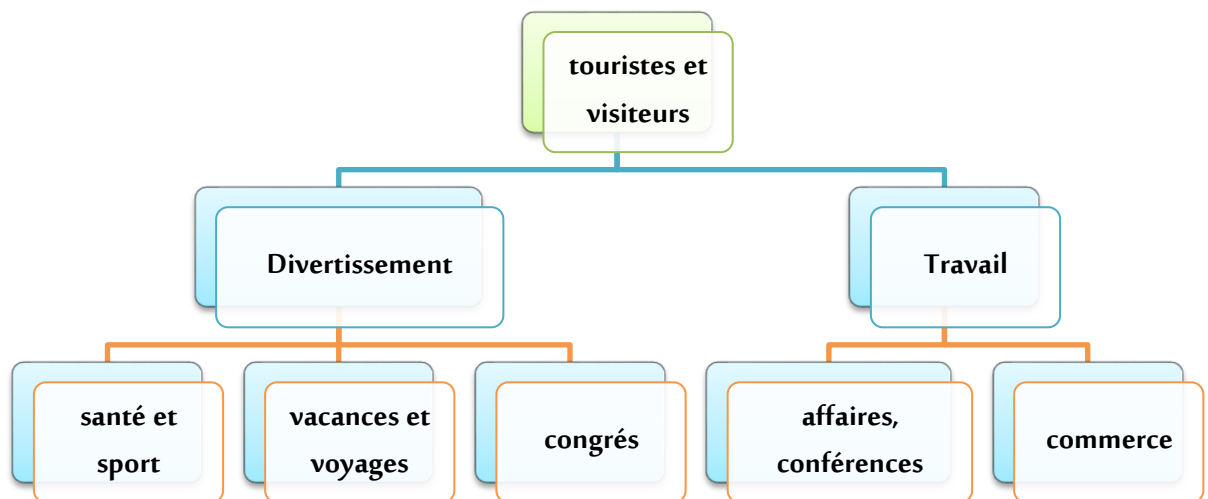
³⁵ Glossaire , <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme> , date de consultation 01/08/2023.

Visiteur international : Toute personne qui voyage dans un pays autre que son lieu de résidence habituel, hors de son environnement habituel pour une durée n'excédant pas 12 mois, et dont le but principal de visite n'est pas d'exercer des activités rémunérées dans le pays visité.

Visiteur national : ce terme désigne toute personne résidant dans un pays qui se rend dans un lieu de ce pays, loin de son environnement habituel, pour une durée n'excédant pas 12 mois, le but principal de la visite étant autre que l'exercice d'un travail rémunéré dans la destination. **Visiteur de nuit (touriste) :** un visiteur est classé comme tel s'il passe au moins une nuit dans un hébergement collectif ou privé à l'endroit qu'il visite.

Visiteur d'un jour (excursionniste) : ce terme désigne tout visiteur qui ne passe pas la nuit dans un hébergement privé ou collectif à destination. Il englobe les passagers de croisière qui débarquent dans un pays et retournent à leur navire chaque soir pour dormir, que le navire soit à quai pendant plusieurs jours ou non. En outre, cette catégorie comprend également les propriétaires ou les passagers de yachts et les personnes voyageant en groupe et hébergées dans un train.

Figure 2: classification des touristes et visiteurs



source: **Jean-Louis Caccomo, François Velas, Nadine Levra**, Fondements d'économie du tourisme : Acteurs, marches, stratégies 1ère édition, les éditions de BOECK université, FRANCE, 2007 p42

Section 02 : la touristicité et l'attractivité touristique d'un territoire

Dans les politiques contemporaines, l'attractivité est devenue un concept largement omniprésent. La capacité d'une destination à attirer l'attention, à susciter des aspirations, et en fin de compte, à attirer des visiteurs est un facteur déterminant majeur de son charme. L'objectif principal est de se démarquer et d'occuper une position stratégique au sein d'un réseau de destinations, dans le but de maximiser les avantages qui en découlent. Par conséquent, les gouvernements mettent de plus en plus en place des mesures stratégiques visant à positionner leurs villes sur la scène mondiale, en mettant en évidence ses caractéristiques uniques qui contribuent à son attrait dans le contexte concurrentiel actuel.

1 L'attractivité, l'attrait et l'attraction quelle différence ?

1.1 Attractivité, attrait ou attraction : quelle différence ?

Avant de définir l'attractivité touristique nous devons d'abord comprendre et savoir différencier certains termes qui lui sont liés, à savoir : L'attractivité, l'attrait et l'attraction.

A première vue, le concept d'attractivité n'apparaît pas comme primordial chez les géographes. On en trouve pas de définition dans les dictionnaires principaux, et leurs auteurs préfèrent la notion d'attraction qui est couramment présentée comme un attribut. Par exemple, dans l'encyclopédie en ligne **Hypergeo**, **D. Pumain** définit l'attractivité comme « une mesure de la force d'attraction d'un lieu, en général d'après la somme des flux attirés par ce lieu ». L'attractivité apparaît donc ici comme un moyen de quantifier des flux générés par un territoire.³⁶

Néanmoins, d'autres auteurs ont récemment replacé l'attractivité au cœur de leurs études sur les territoires. C'est le cas de **B. Mulkay** qui définit l'attractivité d'un territoire comme « sa capacité à conserver ou à attirer des activités nouvelles et des emplois »³⁷. De même, pour **E.Olszak** : « l'attractivité est un concept pertinent pour mesurer la capacité d'un territoire à attirer l'implantation de nouveaux établissements, les capitaux ou la main-d'œuvre hautement qualifiée »³⁸.

³⁶ Milhan Chaze. L'attractivité territoriale : éléments de définition. [Rapport de recherche] UMR Territoires. 2017. P 3

³⁷ Milhan Chaze, Op.cit. P 3

³⁸ idem

Ces deux écrivains décrivent la notion d'attractivité d'un territoire comme étant sa capacité à susciter de l'intérêt, un potentiel existant ou à développer. Cependant, ils abordent l'attractivité du point de vue de ce qui est attiré (population ou investissements), plutôt que des caractéristiques attrayantes de la région. Cette perspective reflète leur conception démographique et économique de l'attractivité, mais néglige les aspects de qualité liés aux éléments attractifs des territoires.

Alexandre, Cusin et Juillard nous donnent une clef pour sortir de cette impasse en distinguant l'attraction, c'est-à-dire la « capacité à drainer des flux et à fixer durablement des populations et des ressources » ; et l'attrait, à savoir la « capacité à se rendre désirable, quelle qu'en soit la raison » ³⁹. La référence à l'attraction dans ce contexte se rapporte toujours à l'objet de l'attraction, qui, selon les auteurs, comprend les ressources et la population. Cependant, le terme attraction est utilisé ici pour décrire les qualités séduisantes d'un territoire particulier. La notion d'attrait d'un territoire, vue de l'extérieur, invite à s'interroger sur les aspects qualitatifs de cette attractivité. Cette exploration est menée principalement à travers le prisme de la qualité des lieux.

Rieutort et Angeon ont affiné la réflexion en distinguant trois notions complémentaires:⁴⁰

- L'attraction qui est « la force qui tend à rapprocher les corps. Du point de vue spatial, cette notion exprime ou qualifie des rapports de lieux (rapports d'influence ou hiérarchiques, quelles que soient les formes qu'ils revêtent : concentration, diffusion à partir d'un centre et gravitation autour d'un centre) ».

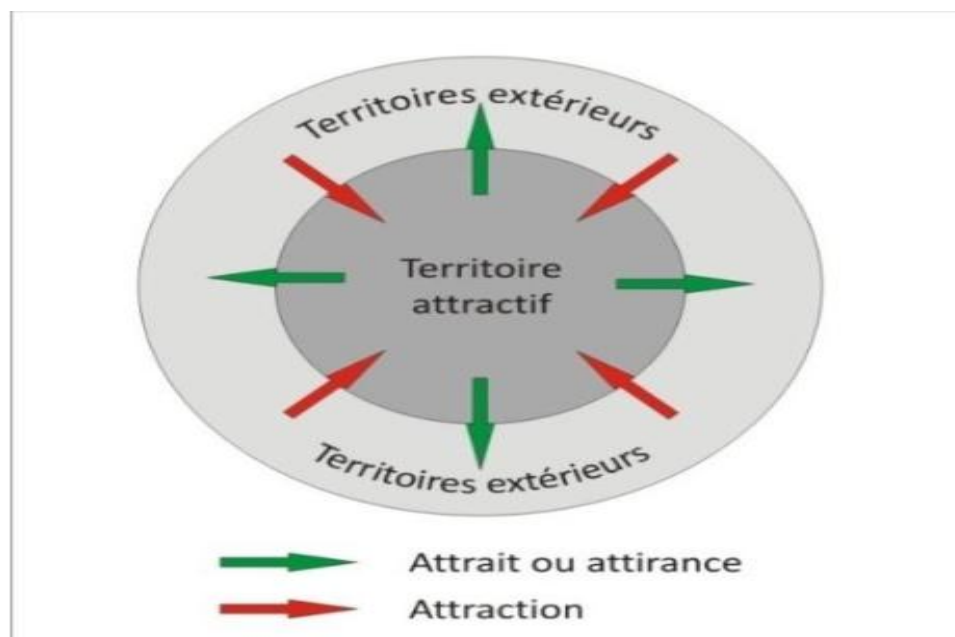
- L'attirance, qui signifie « ce qui est susceptible de retenir l'attention, ce qui séduit, ce qui a des chances de fixer. Sa traduction spatiale explicite à la fois ce qui est à l'origine de l'attraction ». On peut assimiler la notion d'attirance à celle d'attrait.

- L'attractivité qui, selon les auteurs, découle du pouvoir d'attraction, et qui est définie comme « la capacité à drainer et à attirer des hommes et des activités, des capitaux et des compétences, sur un territoire ». Nous ajouterons que l'attractivité résulte aussi de l'attirance ou de l'attrait d'un lieu.

³⁹ Alexandre, H., Cusin, F. et Juillard, C., L'attractivité résidentielle des agglomérations françaises. Enjeux, mesure et facteurs explicatifs, Fondation Dauphine. Dauphine Université de Paris. Crédit Foncier. Paris, 2010, P7

⁴⁰ Milhan Chaze, Op.cit.

Figure 3: l'attractivité comme combinaison de l'attraction et de l'attrait



Source : Milhan Chaze. L'attractivité territoriale : éléments de définition. [Rapport de recherche] UMR Territoires. 2017. P 3 <https://shs.hal.science/halshs-02520675>

Souvent, L'attractivité est un terme généralement associé aux investissements directs étrangers. L'attrait pour les investissements internationaux repose sur la capacité d'un pays à attirer les investisseurs étrangers à ses frontières. C'est La résultante dialectique découle d'un côté de la recherche par les entreprises d'avantages géographiques qui amélioreront leur compétitivité à l'échelle mondiale, et d'un autre côté, de la proposition plus ou moins complète de ces avantages par les diverses destinations.

Nous pouvons donc définir l'attractivité comme étant : Le potentiel que possède un territoire et qui lui permet d'attirer des individus ou/et des investissements en raison des qualités attirantes qu'il dégage, également appelées « attrait » ou « attirance », et qui reste un facteur important à considérer.

1.2 Définition de L'attractivité Touristique d'une destination:

On peut définir l'attractivité touristique comme la capacité d'une destination à susciter l'intérêt des touristes et à les attirer. Cette notion englobe la fourniture de mode d'hébergement confortables, la création d'un environnement de vie plaisant pour les employés des entreprises, la présence d'écoles de qualité pour leurs enfants, l'offre de loisirs pour leurs familles, un réseau de transports adapté à leurs besoins, ainsi qu'une offre commerciale qui répond à leurs attentes en

matière de consommation. En outre, il est crucial de cultiver une image positive de la ville, car le tourisme est souvent considéré comme un moteur de développement pour la région.⁴¹

En 1976, **MacCannell** définit l'attractivité touristique comme étant « an empirical relationship between a tourist, a sight, and a marker ».⁴² cette définition se réfère à une connexion considérée et mesurable entre un touriste (la personne voyageant à des fins récréatives), une vue (un site ou une scène d'intérêt touristique) et un repère (un point de repère ou une référence identifiable). L'idée suggère qu'il existe des interactions observables et mesurables entre ces trois éléments dans le contexte du tourisme, ce qui peut être étudié de manière empirique, c'est-à-dire en se basant sur des données et des observations tangibles.

En 1987, **Lew** définit l'attractivité touristique comme étant "l'élément fondamental sur lequel le tourisme est développé"⁴³. Il s'agit des caractéristiques d'un lieu qui attirent les visiteurs.

Toutefois, **Gunn** (1988) soutient le fait que toutes les attractions peuvent être classées comme des attractions touristiques⁴⁴. Il souligne aussi que Sans attractions touristiques développées, le tourisme tel que nous le connaissons aujourd'hui ne pourrait pas exister⁴⁵. Donc les attractions touristiques sont ce qui incite les touristes à aller vers une destination et à y résider. Ce qui fait que sans attractions touristiques mises en avant et mises en valeur, le tourisme serait beaucoup moins important et beaucoup moins diversifié.

En se penchant davantage sur ce que les consommateurs recherchent, Hu et **Ritchie** (1993) définissent l'attractivité d'une destination en lien avec sa capacité à procurer de la satisfaction et des bénéfices perçus aux touristes⁴⁶. Pour **Buhalis** et **Cooper** (1998), le concept de destination peut être considéré comme une raison d'être du tourisme⁴⁷. Par conséquent, l'aptitude de chaque lieu touristique à attirer des visiteurs repose sur la convergence des produits touristiques tels que les

⁴¹ Aziz Hmioui, Amina Haoudi, Le rôle de la gastronomie et de l'artisanat dans l'attractivité touristique de la ville de Fès : étude à partir des perceptions des touristes étrangers, Dans Management & Avenir 2016/3 (N° 85), p151

⁴² Neil Leiper, Tourist Attraction Systems, Annals of tourism Research, Vol. 17, pp. 367-384, 1990, P 370.

⁴³ Lew, Allan A. « A Framework of Tourist Attraction Research », Annals of Tourism Research, 1987, no 14, p. 553-575. P 554.

⁴⁴ Gunn, Clare A. Tourism Planning, Washington, Taylor & Francis, 1988, P 37

⁴⁵ Idem

⁴⁶ HU Y, RITCHIE B-J-R, Measuring destination attractiveness: Contextual approach. Journal of Travel Research, 1993, vol 32n°2, pp : 25-34.

⁴⁷ BUHALIS D, COOPER C Competition or co-operation: The needs of small and medium sized tourism enterprises at a destination level. In:LAWS E, FAULKNER B, MOSCARDO G (eds) Embracing and managing change in tourism. Routledge, London, 1998, pp: 324-346.

infrastructures, les attractions et les activités, lesquels doivent être en harmonie avec les besoins et les désirs des touristes. **Benckendorff** et **Pearce** (2003) affirment que l'attractivité est à l'origine des motivations des touristes à choisir une destination, selon leurs propres intérêts et préférences⁴⁸. L'attractivité peut être considéré comme un atout pour les destinations, motivant les touristes à participer aux activités offertes. Il découle de la capacité de la destination à proposer une gamme diversifiée d'activités récréatives et de services adaptés au public. Ainsi, le développement économique et la réussite d'une région sont étroitement liés à son attrait touristique.⁴⁹

D'un autre point de vue, reposant sur une approche multi-attributs et surtout focalisée sur l'offre, l'attractivité d'une destination est généralement mesurée par des attributs distinctifs et fonctionnels. Les attributs distinctifs se rapportent à des ressources naturelles et/ou culturelles uniques tels que l'histoire, la musique, le folklore et des événements spéciaux⁵⁰. Les attributs fonctionnels sont des caractéristiques universellement applicables, notamment les transports, les infrastructures et les divers services.⁵¹ L'année 1993 a vu la création d'un modèle conceptuel dynamique par **Cooper** et **al.** Ce modèle a facilité l'assimilation des attributs d'attractivité en quatre dimensions principales: attractions, accessibilité, équipements touristiques et services complémentaires.⁵² De ces investigations, on peut déduire que l'idée d'attractivité n'est pas un concept multidimensionnel ; il présente plutôt de multiples facettes. Pour garantir qu'une destination offre la meilleure expérience de visite possible, elle doit intégrer efficacement ces quatre dimensions. De plus, il est impératif que la qualité du service soit maintenue à chaque étape du processus de prestation du service.

Ritchie et **Crouch** (2003) ont créé un modèle global pour comprendre d'avantage la compétitivité d'une destination touristique à l'échelle mondiale.⁵³

⁴⁸ BENCKENDORFF P, PEARCE P Australian tourism attractions: The links between organizational characteristics and planning. *Journal of Travel Research*, 2003, vol 42n°1, pp: 24-35.

⁴⁹ Tan Vo Thanh, Valentina Kirova, Déterminants de l'attractivité d'une destination œnotouristique, *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, janvier 2019, N° 1, pages 125 à 151, P 7.

⁵⁰ BONN M-A, JOSEPH-MATHEWS S-M, DAI M, HAYES S, CAVE J , Heritage/cultural attraction atmospherics : Creating the right environment for the heritage/cultural visitor. *Journal of Travel Research*, 2007, vol 45n° 3, pp:345-354.

⁵¹ HOU J-S, LIN C-H, MORAIS D-B, Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 2005, vol 44 n°2, pp: 221-233.

⁵² COOPER C, FLETCHER J, GILBERT D, WANHILL S, *Tourism principles and practice*. Longman Scientific et Technical, Harlow, 1993.

⁵³ RITCHIE J-R-B, CROUCH G-I, *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. CABI Publishing, Oxon, UK. 2003.

Dans ce modèle, le concept d'attractivité est identifié comme l'un des principaux éléments qui améliorent la compétitivité d'une destination. Selon eux, Le concept de compétitivité s'étend au-delà du simple classement d'une destination par rapport à sa concurrence. Il englobe un plus large éventail de facteurs qui contribuent à la position concurrentielle d'un lieu donné. L'attractivité, quant à elle, se caractérise par les spécificités qui attirent les touristes. Ces attributs sont les principaux facteurs d'influence qui persuadent les voyageurs de visiter et de profiter de leur séjour dans un lieu particulier. L'attractivité d'une destination touristique dépend des ressources uniques qui attirent les visiteurs potentiels vers cet endroit particulier.

Outre, l'attractivité touristique d'une destination est fréquemment perçue comme l'un des facteurs primordiaux contribuant à son charme auprès des visiteurs. Il reflète les émotions, les avis, et les impressions des touristes quant à la capacité supposée de cette destination à répondre à leur désir de vacances. L'attrait met en évidence les caractéristiques distinctives d'un lieu qui suscitent l'intérêt des voyageurs.⁵⁴

L'attractivité touristique peut également être définie comme : « la ou les zones d'un périmètre destiné aux loisirs qui font l'objet d'une attirance plus forte que d'autres, induisant une concentration de fréquentation en ces points. Cette concentration des attraits peut être due à la disposition d'équipements, leur qualité ou encore au cadre paysager de ces derniers »⁵⁵

Selon **Hazebroucq** , l'espace touristique est le domaine où les facteurs socioculturels, naturels, patrimoniaux et techniques se conjuguent dans une interaction territoriale qu'on peut appeler « destination touristique ».⁵⁶ Cet espace, comprenant à la fois le territoire d'accueil et le territoire traversé, constitue le socle fondamental des activités récréatives et touristiques. C'est le berceau et le point d'ancrage du « géosystème touristique »⁵⁷. Les facteurs naturels et anthropiques du territoire fondent le paradigme de l'attractivité touristique, qui fonde à leur tour ce qu'on appelle la « touristicité » du territoire et son pouvoir d'attraction.

⁵⁴ Naser Ul Islam , Manjula Chaudhary, Index of Destination Attractiveness: a Quantitative Approach for Measuring Tourism Attractiveness, TURIZAM, Volume 25, Issue 1, pages31–44 , 2021, p 31

⁵⁵ Fabienne Joliet et Thibault Martin, « Les représentations du paysage et l'attractivité touristique, Le cas Tremblant dans les Laurentides », Téoros, Volume 26, numéro 2, été 2007, p 55

⁵⁶ Jean-Marie Hazebroucq, « Destinations innovantes et développement du tourisme », Marché et organisations, 2007/1, n° 3, p. 117-153, P121.

⁵⁷ Delphine Roussel, « Innovation territorialisée et nouvelles dynamiques touristiques : La valorisation des ressources spécifiques », Marché et organisations, 2008/2, n°7, p. 78-91, P 80.

L'attractivité touristique d'une destination est couramment appréhendée comme une composante fondamentale qui exerce une influence significative sur l'attrait qu'elle exerce sur les visiteurs. Cette notion encapsule les perceptions émotionnelles, les opinions subjectives ainsi que les répercussions laissées chez les touristes en ce qui concerne la présumée aptitude de cette localité à satisfaire leur désir de se prélasser en période de congé. L'attrait, dans ce contexte, met en exergue les particularités intrinsèques d'un endroit qui engendrent une fascination auprès des explorateurs itinérants.

Cela cristallise le rôle central qu'occupe l'attractivité touristique en tant que pilier conceptuel dans le domaine des études liées au tourisme. En se basant sur une approche axée sur les expériences subjectives des voyageurs, elle reconnaît la complexité inhérente à la dynamique émotionnelle qui sous-tend le choix des destinations de voyage. En effet, l'attrait touristique n'est pas uniquement ancré dans les aspects fonctionnels d'une destination, tels que les infrastructures ou les activités proposées, mais embrasse également les aspects psychologiques et affectifs des individus.

De plus, il faut mettre en évidence le rôle essentiel que jouent les émotions, les opinions et les impressions dans la perception de l'attractivité d'une destination. Les émotions positives générées par la perspective de passer des vacances dans un lieu spécifique peuvent influencer de manière significative les décisions de voyage des touristes. Par conséquent, les professionnels du tourisme et les responsables de la planification doivent être conscients de ces éléments subjectifs lorsqu'ils cherchent à développer et à promouvoir une destination.

En outre, l'accent mis sur les "caractéristiques distinctives" met en lumière l'unicité d'une destination et son potentiel à se démarquer des autres. Ces caractéristiques peuvent être diverses, allant des aspects culturels et historiques aux paysages naturels remarquables ou aux expériences uniques qu'une destination peut offrir. Cette dimension de l'attrait renforce la notion selon laquelle l'attractivité touristique découle souvent de la combinaison de multiples facteurs qui convergent pour créer une expérience immersive et mémorable pour les voyageurs.

1.3 Les déterminants de l'attractivité touristique :

Selon **Serge Gagnon**, l'attraction touristique d'un territoire renvoie à une diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions, d'événements qui provoquent les déplacements des touristes.⁵⁸

L'attractivité d'une destination touristique dépend de sa capacité à répondre aux besoins des visiteurs. Pour développer une politique de gestion efficace, il est important de bien identifier les atouts uniques de la destination qui contribuent à attirer et satisfaire les touristes. Les attributs distinctifs d'une destination sont des éléments qui la rendent unique et la différencient des autres. Ils contribuent à créer une image de marque forte et attractive, qui attire les touristes et leur permet de vivre une expérience unique.

Donc, l'attractivité peut être fondée sur des attributs tangibles ou intangibles, qui peuvent être universels ou typiques d'une destination⁵⁹

L'attrait d'une zone touristique réside dans sa capacité à attirer les touristes et les installations touristiques locales et internationales⁶⁰. Parmi ses concepts, il constitue l'un des éléments du système touristique sans lequel ce système devient mystérieux, car il est composé de trois éléments essentiels. Le premier est l'élément dynamique représenté par l'homme, c'est-à-dire le touriste, le deuxième est l'élément statique représenté par le lieu, c'est-à-dire le site touristique, tandis que le troisième élément est les moyens de transport ou les liens entre le touriste et le lieu⁶¹. Le schéma ci-dessous illustre les composantes de ce système.

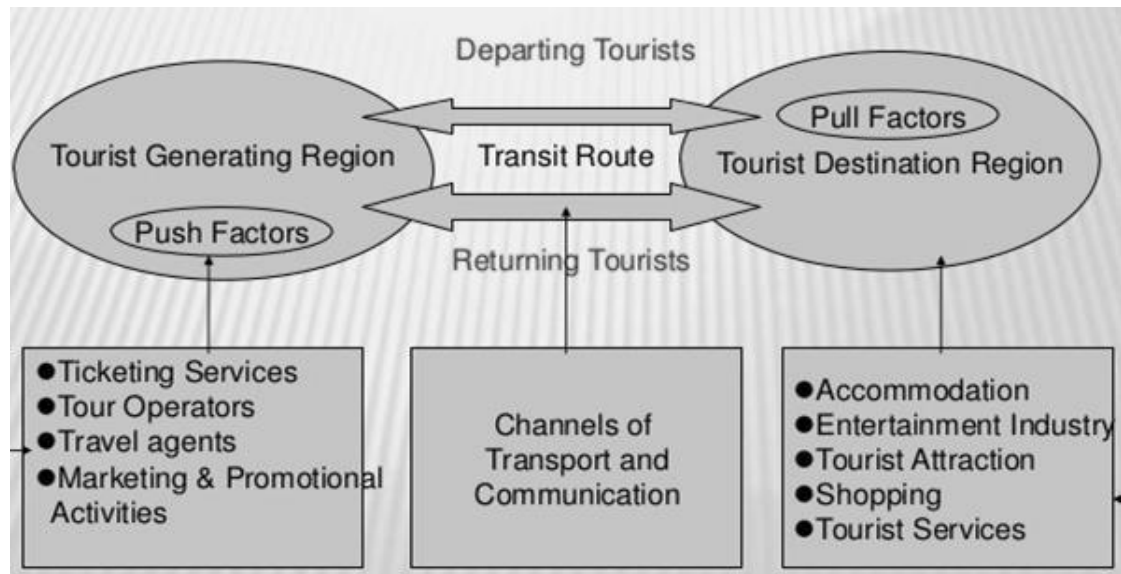
Figure 4 : " Le modèle de Leiper des composantes du système touristique."

⁵⁸ Serge Gagnon, L'attractivité touristique des territoires, Trésors, volume 26, N° 02, été 2007, P 03

⁵⁹ Tan Vo Thanh, Valentina Kirova, Déterminants de l'attractivité d'une destination œnotouristique, Revue d'Économie Régionale & Urbaine, Janvier 2019, n°1, pages 125 à 151, p 131.

⁶⁰ - TABET –AOUL Mohamed Kebir ,Le marketing territorial, un outil de développement local- cas des communes de grand Tlemcen(Tlemcen -Mansorah -Chetouane), université de Tlemcen Abou Bakr BELKAID ,faculté des sciences économiques et sciences de gestion , 2008-2009,p137

⁶¹ Zaal Elhaouamid, Mouafak Adnane Elhamiri, géographie du tourisme dans le 21 em siècle, maison ELHAMID, 1ère édition, Oman, Jordanie, 2005, P129.



Source: Attia, R. M., El Kasrawy, S., & Hamid, N. A. Exploring the Role of Egyptian Tourism Related Third Sector Organizations (TSOs) in Sustainable Tourism Development. The Scientific Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University, Vol. 17, Issue 2 (2020), P 32

Neil Leiper a élaboré, initialement en 1979 et ultérieurement restructuré en 1990, un modèle du Système Touristique reposant sur l'Approche Systémique, englobant ainsi trois composantes interdépendantes et interagissant les unes avec les autres, fonctionnant comme un groupe tout en réagissant aux influences externes. Ainsi, il s'agit d'un système ouvert où les influences sont présentes à la fois à l'intérieur et à l'extérieur du système. La composante humaine comprend les touristes, la composante géographique englobe les régions génératrices de voyageurs, les régions de transit et les régions touristiques, la composante industrielle implique les différentes entreprises et organisations fournissant des services, et enfin, il a ajouté une quatrième composante environnementale qui comprend les aspects sociaux, technologiques, légaux et écologiques. Tous ces aspects se tissent ensemble en un système touristique global de manière structurée.

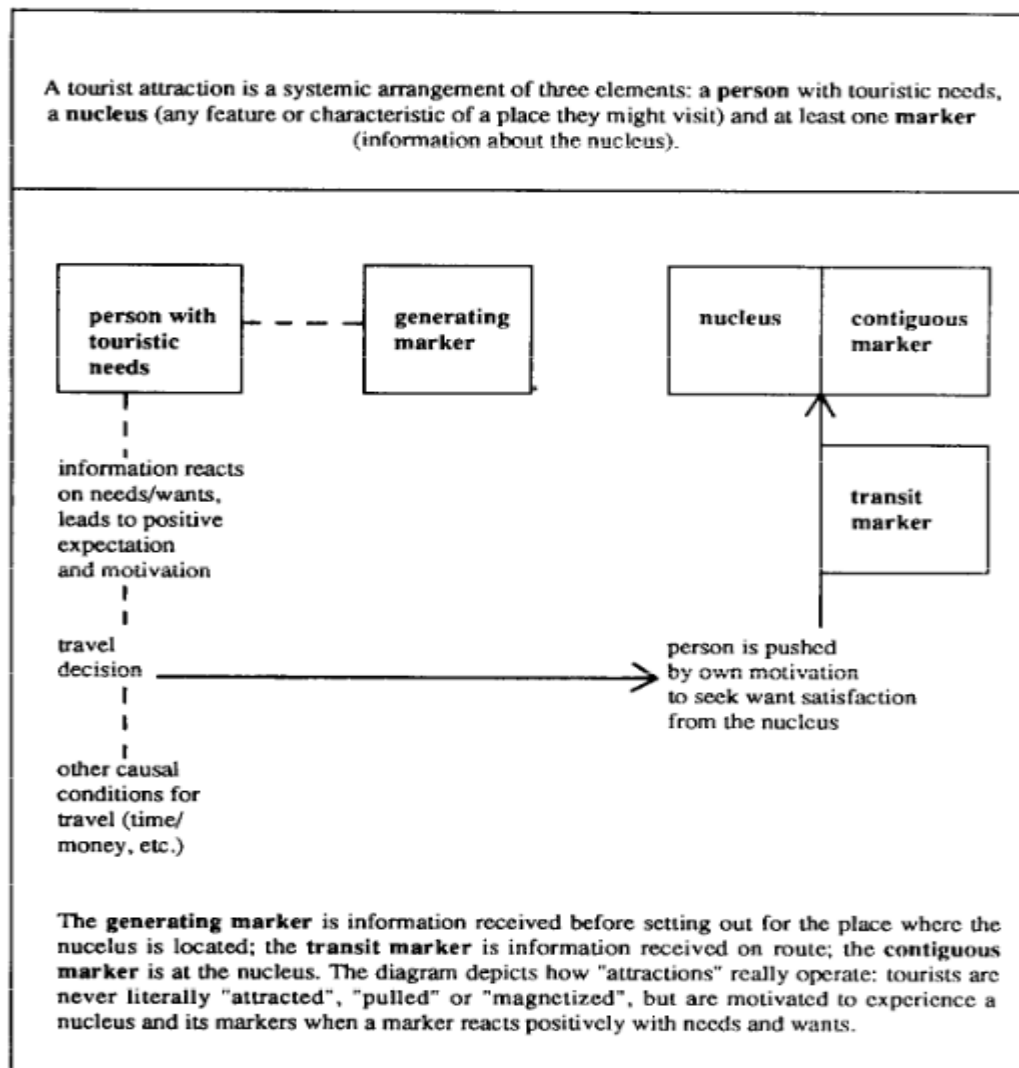
Pour **Neil Leiper** (1990), qui dresse un bilan des théories sur les attractions touristiques, allant jusqu'à proposer un modèle d'interprétation. Il adopte la définition de MacCannell. Une attraction touristique serait un système articulé à partir de trois éléments : « *a person with touristic needs, a nucleus (any feature or characteristic of a place they might visit) and at least one marker (information*

about the nucleus) »⁶². Pour Leiper, un touriste est un voyageur ou un visiteur qui cherche à vivre des expériences de loisir. Poussé par son propre désir de voyager, ce touriste est dirigé vers un « centre organisateur » ou *nucleus* par un réseau de marqueurs ou *markers* tout au long de son itinéraire. Ces marqueurs communiquent au touriste l'information sur le *nucleus* : avant son départ (*generating marker*), pendant son déplacement (*transit marker*) et finalement *in situ* (*contiguous marker*). Quant au *nucleus*, il représente « *the central element in a tourist attraction system* »⁶³

⁶² Neil Leiper, op-cit, P 381

⁶³ Serge Gagnon, Attractivité touristique et « sens » géo-anthropologique des territoires, Trésors, volume 26, N° 02, été 2007, P07

Figure 5: le modèle de Leiper d'attraction touristique



Source : Neil Leiper, Tourist Attraction Systems, Annals of tourism Research, Vol. 17, pp. 367-384, 1990, P 381.

1.4 Calcul du coefficient d'attractivité territorial (CAT)

Selon Jean-Pierre Lozato-Giotart et Michel Baflet, le calcul du CAT est souvent un indicateur commode pour suivre l'évolution de l'attractivité d'un lieu d'accueil touristique il s'agit du calcul concernant le rapport entre flux entrants et flux sortants, le CAT peut être utilisé comme un macro-indicateur parmi les diverses méthodes d'évaluation du pouvoir attractif d'un territoire.⁶⁴

⁶⁴ Ratiba BAOUALI , Ali HADJIEDJ , Amel BAZIZ ,Le tourisme en Algérie entre attractivité territoriale et compétitivité des destinations ? La Revue de l'Économie Alternative, 2020, Volume 5, Numéro 2, Pages 244-264, P 248

$$\text{Coefficient d'attractivité} = \text{flux entrants} / \text{flux sortants}$$

2 La touristicité, un indice de performance touristique

2.1 Comprendre le concept de « touristicité » :

En consultant divers dictionnaires, nous constatons l'absence du terme "touristicité", ce dernier parfois utilisé pour évoquer le potentiel attractif d'un territoire.

Selon **Jean-Marie Théodat** « La touristicité d'un territoire est la combinaison des paramètres qui permettent d'évaluer à la fois la notoriété et la position de celui-là dans le développement du phénomène touristique. La notoriété, c'est-à-dire la renommée, et la capacité d'accueil d'un pays déterminé, quand elles sont fortes, créent les conditions d'une touristicité élevée, avec une fréquentation touristique parfois supérieure à la population résidente. »⁶⁵. Dans cette définition, **Jean-Marie Théodat** souligne que la notoriété et la capacité d'accueil sont des facteurs complémentaires. La notoriété est nécessaire pour attirer les touristes, mais elle ne suffit pas à garantir une fréquentation touristique élevée. La capacité d'accueil doit également être suffisante pour répondre à la demande. Aussi, il précise que la touristicité d'un territoire peut être élevée, voire supérieure à la population résidente. Cela signifie que le nombre de touristes qui visitent le territoire est plus important que le nombre d'habitants qui y vivent à l'année. C'est le cas de certaines destinations touristiques majeures, telles que Paris, la Côte d'Azur ou les îles Maldives.

Donc, la touristicité d'un territoire est une notion multidimensionnelle qui combine deux éléments principaux :

- **La notoriété** : c'est-à-dire la renommée d'un territoire en tant que destination touristique. Elle est déterminée par un certain nombre de facteurs, tels que la présence de ressources naturelles ou culturelles attractives, l'accessibilité du territoire, ou encore l'image que le territoire renvoie aux touristes potentiels.

⁶⁵ Jean-Marie Théodat, "L'endroit et l'envers du décor : la « touristicité » comparée d'Haïti et de la République Dominicaine", Revue Tiers Monde, 2004, p. 293-317

- **La capacité d'accueil** : c'est-à-dire l'offre d'hébergements, de restauration, de loisirs et d'activités touristiques disponible sur un territoire. Elle est nécessaire pour répondre à la demande des touristes.

« Les Offices de Tourisme utilisent des ressources humaines ainsi que des ressources financières pour mener à bien leur mission d'intérêt général consistant à développer le tourisme sur leur territoire de compétence. Toutefois, un troisième facteur de production intervient. Il s'agit du territoire lui-même et de son potentiel touristique. Pour mesurer la dotation d'un territoire particulier en attractions et ressources touristiques, nous utilisons un indice spécifiquement bâti par et pour le Club Indicateurs et intitulé « Indice de Touristicité ». Il mesure le potentiel touristique d'un territoire sur une échelle de 0 à 100 à travers 4 dimensions (chacune de ces dimensions intègre plusieurs facteurs) : accessibilité, attractivité, offre en tourisme de séjour, offre en tourisme d'excursion »⁶⁶

Selon le Dictionnaire Géotourisme, la touristicité désigne la capacité d'un site touristique à attirer une fréquentation importante, la puissance économique des établissements touristiques à générer des revenus, ainsi que le niveau d'aménagement de l'espace pour en optimiser la fonctionnalité croissante.

Wackermann (2005) voit la touristicité comme la fonctionnalité touristique effective d'un territoire plutôt que son potentiel touristique, soulignant ainsi que l'existence de touristes est indispensable pour qu'une région puisse être considérée comme touristique. Quelle que soit la perspective adoptée, qu'elle soit potentielle ou concrète, la touristicité, en décrivant le caractère touristique d'un territoire, peut également refléter sa position dans une hiérarchie, qu'elle soit théorique ou effective, des destinations. Ainsi, une destination dotée d'une touristicité élevée est une entité qui dispose d'atouts significatifs permettant, malgré la concurrence, de prospérer grâce au tourisme.⁶⁷

Selon l'équipe MIT, elle propose une définition plus développée dans leur premier ouvrage collectif, *Tourismes 1, Lieux communs* : « La touristicité d'un lieu exprime son degré de mise en tourisme. Le taux de fonction touristique (rapport du nombre de touristes pouvant être accueillis au nombre des habitants

⁶⁶ Office de tourisme de France, *Touristicité des territoires : le « club des indicateurs »*

⁶⁷ EL KAOUNE RAJAE, *La communication digitale comme outil du développement de la touristicité dans le choix des destinations touristiques*, *Revue Française d'Economie et de Gestion*, 2020, Volume 1 : Numéro 6, pp : 133-150, ISSN : 2728- 0128, P 142.

permanents) en constitue une approche statistique. Toutefois, l'existence des lits ne renseigne pas sur la qualité (touriste ou non) de l'utilisation»⁶⁸

Pour notre part, la combinaison entre la popularité et l'attractivité touristique d'une destination et entre sa capacité d'accueil des visiteurs, déterminent son niveau de touristicité.

Donc, la touristicité d'un territoire est une notion complexe qui dépend d'un ensemble de facteurs. Elle est une mesure importante de l'attractivité touristique d'un territoire et peut avoir un impact significatif sur son développement économique et social.

Toutefois, il est important de clarifier que la touristification est le fruit du développement de la touristicité d'un territoire donné. Elle correspond aussi bien au processus de développement touristique d'un espace que de son résultat. Selon le Dictionnaire Géotourisme « la touristification est le processus par lequel se construit un espace touristique (ou le processus d'appropriation de l'espace par le Tourisme, donc l'évolution de la touristicité dans le Temps). Il se manifeste par l'occupation progressive de l'espace par des hébergements et des équipements, par une polarisation croissante des flux dans l'espace et dans le temps et par des retombées diverses sur le milieu d'accueil en termes socio-économiques ». ⁶⁹

2.2 L'indice de touristicité (IT) et ces composants :

La touristicité s'avère être un indicateur crucial, car elle témoigne des résultats des efforts déployés par les acteurs du tourisme en matière d'amélioration et de développement, visant à stimuler la performance touristique d'un territoire. Et qui, selon **Ben Massou** (2015) «signifie la capacité de cette destination à atteindre des objectifs en matière de recettes touristiques, du nombre de visiteurs, des nuitées réalisées, de la fidélisation, de la satisfaction client, etc., en offrant, par le biais des acteurs touristiques qui y sont implantés, des produits, des services, des infrastructures et autres moyens qui répondent aux attentes des touristes en matière de prix, de qualité et du déplacement »⁷⁰. D'où l'apparition de l'indice de touristicité qui consiste à piloter et évaluer les stratégies de mise en tourisme d'une destination touristique tout en se référant à des indicateurs bien déterminés.

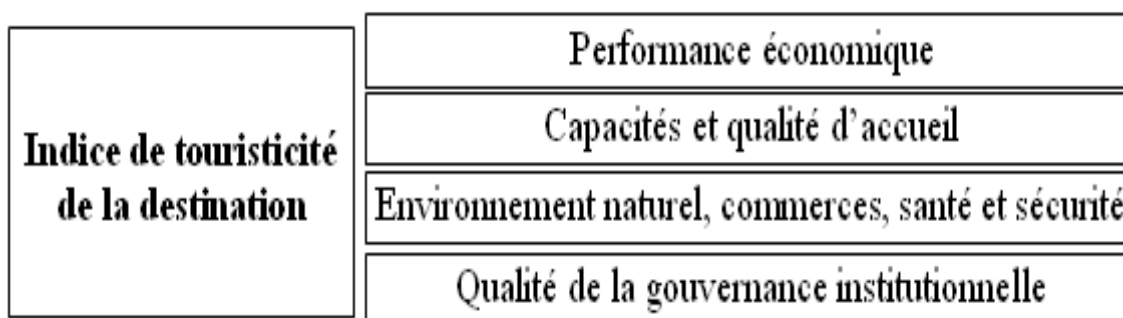
⁶⁸ HMIQUI A., ALLA L., BENTALHA B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial. P 128

⁶⁹ <https://www.geotourweb.com/> consulter le 03 /09/ 2023.

⁷⁰ EL KAOUNE RAJAE, op-cit, p 143.

La revue de littérature révèle une variété de modèle d'évaluation de la touristicité touristique des destinations, cependant nous avons fait le choix d'adopter le modèle proposé par les expert de Alliance 46.2.(2014)⁷¹ car c'est le modèle le plus proche de notre thème de recherche, basé sur la combinaison des quatre composants les plus importants pour la mise en tourisme d'un territoire donné, à savoir la performance économique (PE), la capacité et qualité d'accueil (CQA), l'environnement naturel, commerces, santé et sécurité (ENCSS), et la qualité de la gouvernance institutionnelle (QGI), comme l'illustre la figure 06 :

Figure 6:les composants de l'indice de touristicité.



Source : HMIOUI A., ALLA L., BENTALHA B, Op-cit , P 131

Le premier composant, associé à la performance économique, vise à évaluer divers indicateurs mesurant l'impact économique du tourisme dans la destination et les facteurs qui déterminent sa compétitivité par rapport à d'autres territoires concurrents. Cela inclut l'évaluation de la consommation touristique par région, l'importance du tourisme dans l'emploi régional, la durée moyenne des séjours, ainsi que le taux d'occupation des hébergements touristiques.

Le deuxième composant implique l'évaluation de la qualité et de la capacité de l'offre territoriale pour accueillir les touristes. Cela englobe l'accessibilité à la région et la connectivité interne, le volume et la diversité de l'offre en matière d'hébergements touristiques, la qualité de l'accueil au sein des destinations et établissements labellisés, ainsi que les compétences humaines dans les secteurs caractéristiques du tourisme.

Le troisième composant vise à évaluer le contexte global et l'environnement dans lequel les touristes sont accueillis. Il prend en considération le dynamisme commercial, incluant la densité des commerces de proximité ainsi que des restaurants, cafés et bars. Il évalue également la qualité de l'environnement

⁷¹ Alliance 46.2, L'attractivité de l'offre et la performance touristiques des nouvelles region 2014.

naturel, sa préservation, et examine le niveau de sécurité et les équipements de santé de la région par rapport à d'autres.

Le dernier composant évalue la gouvernance du tourisme dans la destination en examinant les efforts déployés en matière de stratégie de développement du tourisme, de stratégie marketing, ainsi que les investissements budgétaires. Cela concerne les autorités publiques responsables du développement et de la promotion du tourisme au niveau local et régional.

Chacun de ces éléments est caractérisé par un ensemble de paramètres qui s'ajustent aux particularités de la destination et aux stratégies adoptées par ses acteurs.

3 Les différents types de tourisme

Pour l'OMT les formes de tourisme sont définies selon la limite géographique et la provenance du touriste. Nous citons :⁷²

3.1 Le tourisme émetteur :

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

3.2 Le tourisme intérieur :

Il 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.

3.3 Le tourisme interne :

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

3.4 Le 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 de voyages du tourisme interne ou du tourisme

⁷² <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base/> consulté le 20/09/2023

émetteur, et les 19 activités des visiteurs non-résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme récepteur.

3.5 Le 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 voyage du tourisme interne ou émetteur.

3.6 Le tourisme récepteur :

Comprend les activités d'un visiteur non résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme récepteur.

3.7 Le tourisme de masse versus le tourisme alternatif :

Selon **Dowling** (2006), le concept de tourisme englobe deux dimensions distinctes : le tourisme de masse et le tourisme alternatif. L'auteur caractérise le premier comme étant principalement constitué par un grand nombre de personnes en quête d'une réplique de leur propre culture dans des lieux institutionnalisés, avec un minimum d'interactions culturelles et environnementales dans des contextes authentiques. L'émergence du mouvement environnemental dans les années 1980 a coïncidé avec le développement d'une offre plus vaste et accessible de séjours qui, contrairement au tourisme de masse, impliquent un niveau supérieur de sensibilisation à l'environnement.

Le tourisme alternatif, également connu sous le nom de "**tourisme à thèmes**" ou "**tourisme responsable**", représente une approche différente du tourisme traditionnel. Il englobe une grande variété de pratiques de voyage qui cherchent à se différencier du tourisme de masse et à favoriser le développement durable. Ce type de tourisme met l'accent sur la préservation de l'environnement, la découverte de la culture locale et le contact étroit avec la communauté d'accueil. Il vise à limiter l'impact négatif du tourisme sur les régions visitées et à favoriser un partage plus équitable des retombées économiques du voyage. Le tourisme alternatif offre une opportunité de renouer avec l'essentiel, en mettant l'accent sur le contact avec la nature, les rencontres authentiques et le respect des traditions locales⁷³

⁷³ Smith, V.L. Eadington, W.R. Tourism Alternatives : Potentials and Problems in the development of Tourism, Philadelphia international Academy for the Study of Tourism, University of Pennsylvania Press. 1992. P 25

Ainsi, on constate une prolifération de formules et l'émergence de nouvelles appellations telles que le "tourisme vert", le "tourisme durable" ou encore "l'écotourisme". La demande des clients semble également avoir évolué. En effet, on observe une demande croissante d'autonomie, de liberté et d'une plus grande place accordée à l'initiative de la part des touristes. À travers ces nouveaux concepts, il devient évident que de plus en plus de personnes recherchent des expériences authentiques, privilégiant la découverte de lieux plus éloignés et paisibles, délaissant ainsi les voyages organisés en groupe ou les destinations très fréquentées.⁷⁴

Il existe plusieurs formes de tourisme, nous citons entre autres :

3.8 Le tourisme bleu :

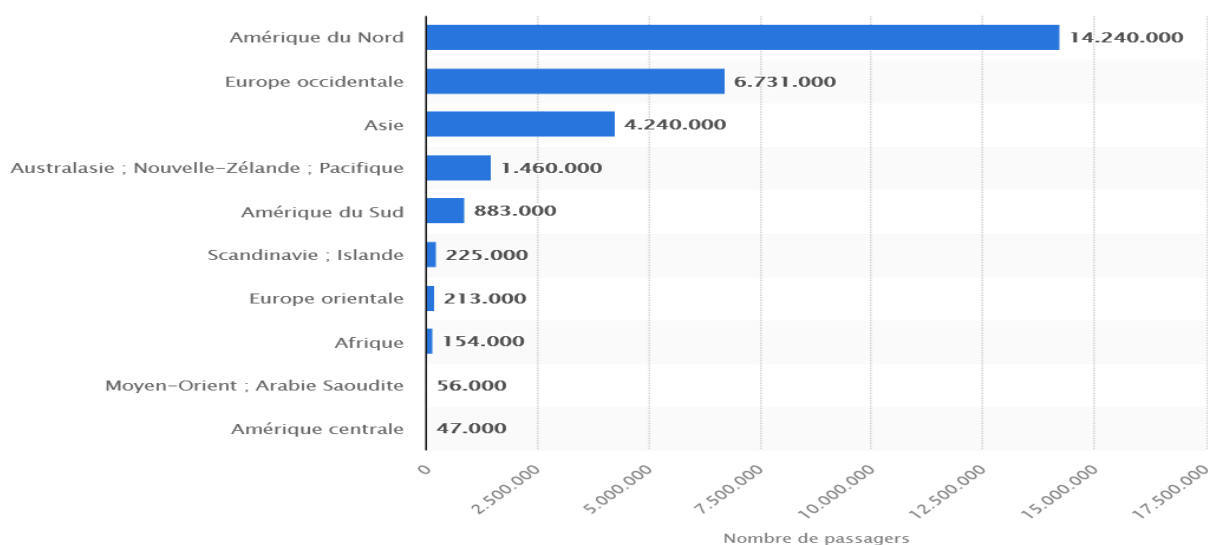
Ce terme est utilisé pour regrouper les différentes formes de tourisms, ayant une relation directe avec la mer, les océans, les fleuves et les rivières choisit par les touristes comme destination de vacances et de loisirs.

3.8.1 Le tourisme de croisière :

il existe deux secteurs de croisières : maritime et fluviale. Ces croisières varient selon, l'âge, le centre d'intérêt et les envies des passagers. On peut alors et selon ses caractéristiques, répartir ce type de tourisme en : Croisière de luxe, divertissement, culturel et aventure.

⁷⁴ Perret, J. L'écotourisme rattrapé par le marché, lu dans Gagnon, C. et Gagnon, S. L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce, Presse de l'Université du Québec, 2006, p. 375-392. P 379

Graphe 1: Nombre total de passagers de croisière dans le monde en 2018



Source: Statista Research Department, 19 mai 2023 ⁷⁵

Selon le site Statista, En 2018, plus de 28,2 millions de passagers sont partis en croisière dans le monde, selon l'association internationale des compagnies de croisière, plus de 14 millions d'entre eux sont d'origine d'Amérique du nord. La côte Méditerranéenne est Considérée comme étant la 1ère destination touristique dans le monde suivi par les Caraïbes et l'Asie du Sud- Est. Même si la pandémie du Covid-19 a freiné l'activité pendant presque deux année, en 2022, 20 millions de passagers ont renoué avec ce type de loisir⁷⁶,

3.8.2 Le tourisme fluvial :

Il regroupe les activités pratiquées sur les canaux, les rivières et les fleuves, on l'appelle aussi navigation de plaisance. Ce terme est également utilisé pour caractériser les activités pratiquées dans l'eau ou à proximité d'un cours d'eau (la pêche, ski nautique, natation, etc.)

3.8.3 Le tourisme littoral ou balnéaire :

Ça concerne les activités touristiques au bord de la mer²³. En plus d'être une activité fortement saisonnière, ce tourisme subit les exigences constantes des touristes, car à présent il ne suffit pas d'avoir du soleil, de belles plages pour les

⁷⁵ <https://fr.statista.com/statistiques/571810/nombre-de-passagers-de-croisiere-par-marche-source-monde/> consulté le 20/09/2023.

⁷⁶ Marjorie Cessac, Les croisiéristes, en pleine forme, attirent un public plus jeune, mais au mépris de l'environnement, journal le monde, 30 août 2023.

attirer. Les équipements sportifs, les cultures et les activités extra-baignades sont très demandées de nos jours.

3.8.4 Le pescatourisme :

Le “pescatourisme” est défini comme étant toutes les activités visant à partager la valeur de la connaissance, du patrimoine culturel et des produits liés aux emplois et aux traditions de la pêche professionnelle et de l'aquaculture, ainsi qu'à valoriser les sites sur lesquels ces activités se déroulent.⁷⁷

3.9 Le tourisme vert :

Ce type de tourisme, s'intéresse à la nature, fait attention à l'environnement, l'écologie, et la ruralité, il prend son essor en 1990. Il a été défini comme étant : « un voyage responsable, dans les Espaces naturels qui préserve l'environnement et le bien-être des populations sociales »⁷⁸.

3.9.1 L'écotourisme :

L'écotourisme, un concept forgé dans les années quatre-vingt par des biologistes au Costa Rica, visait à concilier la protection de la nature avec les revenus générés par le tourisme. Il permet de minimiser l'impact sur l'écologie et sensibiliser le voyageur sur le respect de l'environnement, tout en lui offrant des expériences uniques et positives. Il peut avoir plusieurs caractéristiques :

- Outil efficace de valorisation économique des zones menacées ;
- Développe les emplois locaux sans détruire l'environnement ;
- Source d'inspiration pour l'industrie touristique.

L'écotourisme est un concept créé dans les années quatre-vingt, par les biologistes au Costa Rica, qui voulait dire protéger la nature par les revenus du tourisme.

3.9.2 Le tourisme durable :

C'est un tourisme qui doit être soutenable à long terme sur le plan écologique, rentable sur le plan économique et socialement responsable à l'égard des populations locales. C'est un tourisme qui tend à Exploiter de façon optimale les ressources de l'environnement, de manière à satisfaire les besoins des

⁷⁷ Cooperativa M.A.R.A , Étude comparative sur le Pescatourisme, Fit4blueu : fishing tourism for blue economy, 15/09/2020. https://fit4blueu.org/wp-content/uploads/2022/04/FR_FIT4BLUE_03_A3_A6_benchmark_study.pdf

⁷⁸ www.so-tourisme.com/2013/06/tourisme-vert-ecotourisme-rural-montagnard/

populations locales en revenus, tout en réduisant ou en évitant les dégâts sur la biodiversité.

3.9.3 Le tourisme rural :

Ce type de tourisme inclut le fait de découvrir les produits et les services locaux, en pratiquant des activités telles que les randonnées, les visites du patrimoine local, des dégustations des produits du terroir, etc.

3.9.4 L'agrotourisme :

C'est une activité complémentaire à l'agriculture. Les activités touristiques sur une exploitation agricole peuvent être variées et classées en trois catégories :

- Hébergement,
- Restauration,
- Vente de produits et de services.

Il s'inscrit dans une démarche de tourisme vert. Il est destiné aux agriculteurs, voulant innover dans leurs activités, ils accueillent alors des touristes dans leurs fermes. Beaucoup d'agriculteurs se lancent dans l'agrotourisme pour les raisons suivantes :

- Diversifier leurs activités pour mieux valoriser leur production,
- Améliorer leurs revenus et rentabiliser leurs investissements,
- Protéger et valoriser leurs biens,
- Faciliter la rencontre avec la population locale à la découverte du monde agricole.

3.9.5 Le tourisme équitable :

L'objectif est d'assurer aux populations une part de revenus générés par le tourisme. Tout en les impliquant dans la mise en place de ces activités.

3.9.6 Le tourisme solidaire :

Il s'inscrit dans une perspective équitable et responsable, il est plus associé à des projets de solidarité de deux manières :

- Le touriste soutien des actions de développement,
- Une partie du prix du voyage sert au financement d'un projet de réhabilitation ou d'un projet social. Il insiste sur :
 - La sensibilisation du voyageur à préparer son voyage,
 - Possibilités de contact avec les habitants de la région,
 - Sensibilisation sur l'environnement,
 - Implication dans les projets locaux.

Le slow tourisme (tourisme lent): nouveau concept qui s'est inspiré du slow Food. Il s'agit de prendre du temps de découvrir ses destinations, tout en privilégiant des destinations proches et des moyens de transport peu polluant. Les adeptes du tourisme lent sont de plus en plus nombreux

3.9.7 Le tourisme responsable :

Il a les mêmes objectifs et principes du tourisme durable. Il s'agit d'appliquer au tourisme le principe du respect de l'environnement et des coutumes culturelles des pays visités. Le respect est l'une des valeurs essentielles de ce tourisme : respect de l'environnement, celui des cultures, des populations, etc. .

3.10 Le tourisme montagnard :

Il correspond au tourisme dans les massifs montagneux, il se divise en 2 saisons, l'hiver et l'été. Il est plus destiné aux sportifs : ski, snowboard...etc. et pour l'été c'est plus pour les amoureux du rafting, randonnées et les escalades.⁷⁹

3.11 Le tourisme culturel :

C'est le déplacement d'une personne hors de son environnement habituel, pour au moins une nuit et n'excédant pas une année, dont ses motivations principales sont la découverte de nouveaux horizons, connaissances et émotions. Il est très concentré sur la culture, les valeurs et les styles de vie, le patrimoine local, les traditions, etc. Ces découvertes, pour rester toujours dans le cadre du tourisme, ne doit pas dépasser un an de voyage.

3.12 Tourisme de santé :

C'est un concept novateur, basé sur le thermalisme et loisirs sains. Ce genre de services sont offerts par :

- Les stations balnéaires,
- Les spas,
- Les thermes, etc.
- Mais aussi de nos jours la chirurgie esthétique.

Les touristes choisissent ces endroits afin de bénéficier d'activités saines pour le corps et l'esprit.

⁷⁹ I. Badou ; P. Callot, Les dilemmes du tourisme, Vuibert, Paris.2007

3.13 Le tourisme industriel :

Actuellement, les industries sont de plus en plus touchées par ce phénomène du tourisme et s'y consacre de plus en plus. Ce sont toutes ces formes de visites payantes qu'effectuent les touristes dans les usines, les entreprises, etc. ces explorations sont généralement, payantes et les heures de visite sont généralement fixées à l'avance. Tous les secteurs d'activité sont concernés par ce type de tourisme, mais ceux qui s'y intéressent le plus sont les agroalimentaires et l'artisanat.

3.14 Le tourisme d'affaire :

Il regroupe des déplacements industriels organisés, effectués pour des motifs professionnels et dont la durée est d'au moins 24 heures et ne dépassant pas une année. Il peut être divisé en quatre catégories :

- Les congrès et les conventions d'entreprises,
- Les foires et les salons,
- Séminaires et réunions d'entreprises,
- Voyage d'affaire individuel.

3.15 Le tourisme communautaire :

ou autochtone, où l'accueil des touristes se fait directement par les habitants de la région, afin de pouvoir contrôler les activités touristiques. Ce type de tourisme est plus présent dans les régions pauvres et rurales. Les recettes touristiques sont généralement reversées à la population résidente.

3.16 Le tourisme participatif :

Il a pour vocation de renforcer les relations entre les résidents et les touristes et de créer un véritable lien social entre eux.

Section 03 : tourisme phénomène multidisciplinaire booster des l'économies

Au fil du temps, le tourisme a évolué d'une activité autrefois exclusive à une élite culturelle en une pratique adoptée à grande échelle. Depuis les années 1950, ce secteur n'a cessé de croître à l'échelle mondiale, devenant un acteur significatif de l'économie mondiale. Cette expansion a ouvert de nouvelles

opportunités économiques tout en reflétant une transformation sociale majeure dans la manière dont les gens explorent et apprécient différentes cultures à travers le monde.

1 Le tourisme un moteur de l'économie mondiale:

Selon l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), La crise du Covid-19 a mis en évidence "le rôle déterminant du tourisme pour l'économie, à l'échelon mondial, national et local"⁸⁰

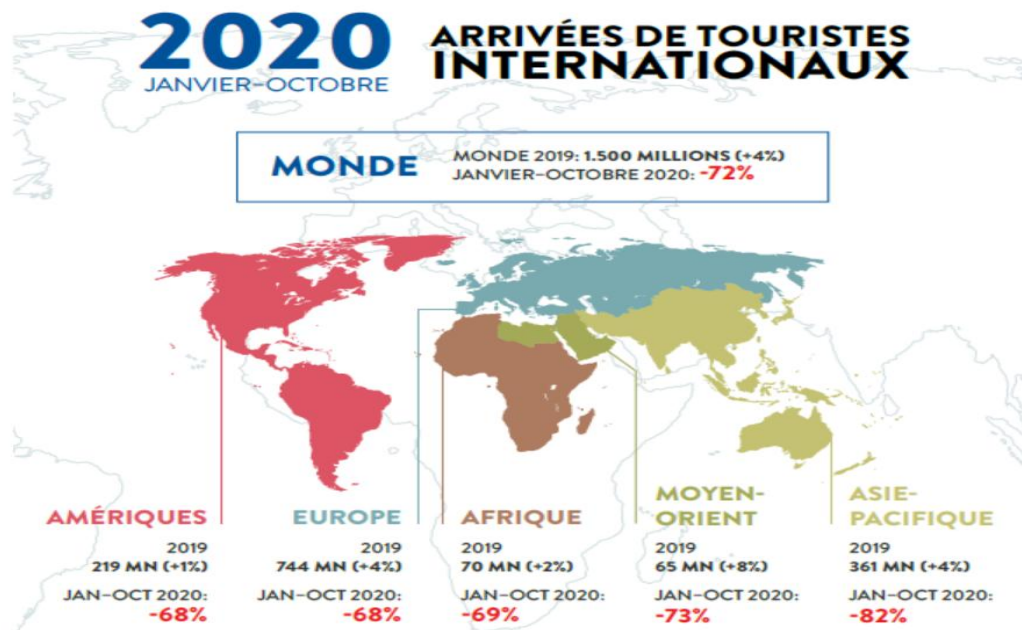
Avant l'arrivée de la pandémie, le tourisme international connaissait une croissance annuelle de 3 à 4%. Selon les données de l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) pour l'année 2019, le nombre de touristes internationaux avait atteint 1,5 milliard⁸¹, marquant une augmentation significative par rapport aux 25 millions enregistrés dans les années 1950. À l'époque, le tourisme s'était développé soixante fois plus. En tant que troisième secteur économique mondial, après la chimie et les carburants, le tourisme représentait une part substantielle, contribuant à hauteur de 10% du produit intérieur brut (PIB) mondial.

La crise sanitaire a engendré un bouleversement temporaire de la situation. Pendant plus de six décennies, l'industrie du tourisme avait connu une croissance constante. Cependant, au cours des deux dernières années, elle a pratiquement été stoppée en raison des restrictions de déplacement et de la fermeture des frontières. En 2020, l'industrie mondiale du tourisme a subi un revers majeur, avec une chute de plus de 70 % des arrivées de touristes, les ramenant aux niveaux observés pour la dernière fois en 1990.

Figure 7: Les arrivées des touristes internationaux Janvier- octobre 2020

⁸⁰ OCDE, Tourism Trends and Policies, 30 November 2022

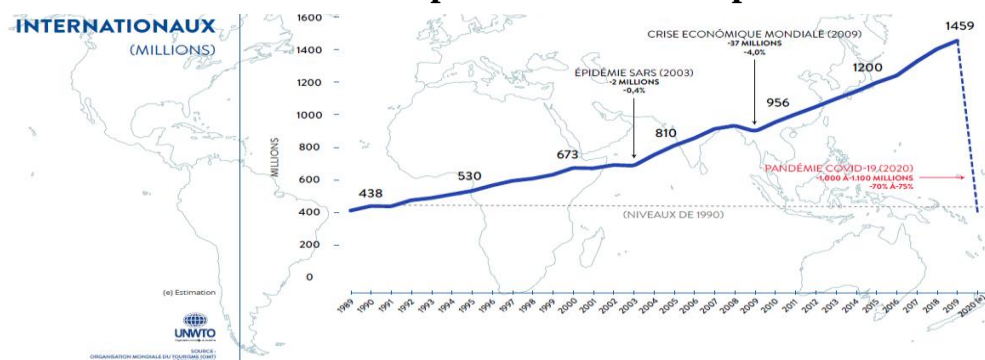
⁸¹ <https://www.unwto.org/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en2019#:~:text=On%20a%20enregistré%201%2C5,le%20taux%20attendu%20pour%202020>. consulté le 20/10/2023.



Source : Organisation mondiale du tourisme OMT, Décembre 2020.

Selon l'OMT, Le nombre de touristes internationaux a chuté de 72 % durant la période janvier-octobre 2020, la région de l'Asie pacifique était la plus touchée en enregistrant moins de 82% de touristes internationaux par rapport à l'année 2019.

Graphe 2: l'évolution du nombre d'arrivées de touristes internationaux durant la période 1989-2020 par millions



Source : Organisation mondiale du tourisme OMT, Décembre 2020.

La crise sanitaire mondiale du COVID-19 s'est révélée être la plus dévastatrice de l'histoire de l'évolution de l'industrie du tourisme à l'échelle internationale. En 2020, le nombre total d'arrivées internationales a enregistré un recul spectaculaire, ramenant l'industrie à des niveaux observés trois décennies auparavant.

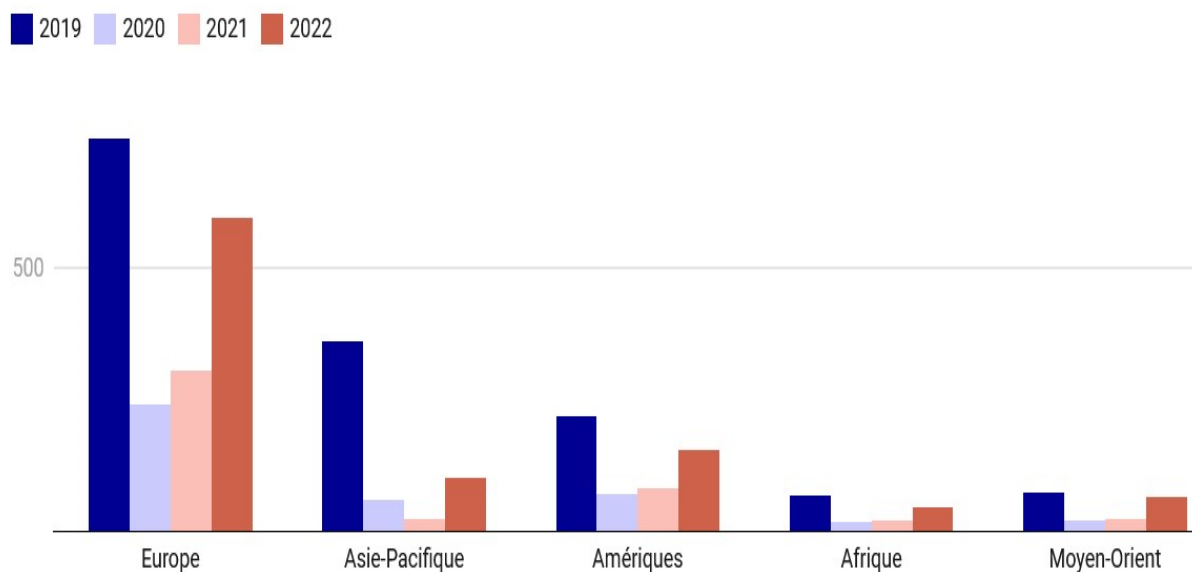
La pandémie a entraîné une perte de plus de 2 000 milliards de dollars pour le PIB mondial rien que pour l'année 2020. En 2021, la contribution économique du tourisme est estimée à 1 900 milliards de dollars, bien en deçà des chiffres d'avant la pandémie qui s'élevaient à 3 500 milliards. En plus de cela, le secteur a connu d'importantes pertes d'emplois, employant en 2020 : 295 millions de personnes dans le monde, par rapport à plus de 330 millions en 2019. La crise a ainsi laissé des cicatrices profondes, tant sur le plan économique que sur celui de l'emploi.

Néanmoins, en 2022, le secteur du tourisme montre des signes de guérison progressive et affiche des statistiques nettement plus encourageantes par rapport aux années précédentes, avec plus de 960 millions de voyageurs, soit 66 % du niveau d'avant la crise. Cette reprise a dépassé les prévisions, grâce à une demande accumulée et à l'assouplissement des restrictions de voyage dans de nombreux pays. L'Organisation mondiale du tourisme (OMT) prévoit une nouvelle progression du tourisme en 2023, notamment avec la levée des restrictions en Chine au début de l'année.

L'OMT a cité dans son deuxième numéro du baromètre de l'année 2023, qu'au premier trimestre de 2023, les arrivées touristiques internationales ont atteint 80 % des niveaux pré-pandémiques, marquant une amélioration notable par rapport au même trimestre de 2019 (-20 %). Cette reprise a été particulièrement solide en Europe et au Moyen-Orient, contribuant à un taux de reprise annuel de 66 % pour l'ensemble de l'année 2022. Comme le démontre le graphe 03.

Graphe 3: Nombre d'arrivées de touristes internationaux à travers le monde de 2019 à 2022

Chapitre I : Le tourisme un phénomène Mondial boosteur de l'économie



Source : <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24088-le-surtourisme-quel-impact-sur-les-villes-et-sur-lenvironnement>

En 2022, le secteur du Voyage et du Tourisme a émergé comme un pilier essentiel de l'économie mondiale, contribuant de manière significative avec une part de 7,6 % au PIB mondial. Cette performance remarquable représente une augmentation remarquable de 22 % par rapport à l'année précédente, et bien que nous observions une légère réduction de 23 % par rapport aux niveaux pré-pandémiques de 2019, la reprise est manifeste.

Les implications positives ne se limitent pas seulement à la croissance économique, mais s'étendent également au marché de l'emploi. En 2022, le secteur a généré 2,2 millions de nouveaux emplois, marquant une augmentation significative de 7,9 % par rapport à l'année précédente et se situant à seulement 11,4 % en deçà des niveaux observés en 2019. Cette expansion démontre la capacité du tourisme à stimuler l'emploi de manière robuste.

Les tendances des dépenses sont également révélatrices d'une reprise substantielle. Les dépenses des visiteurs nationaux ont augmenté de manière notable, enregistrant une hausse de 20,4 % en 2022, se positionnant à seulement 14,1 % en deçà des chiffres de 2019. De même, les dépenses des visiteurs

internationaux ont connu une croissance remarquable de 81,9 % en 2022, bien que demeurant 40,4 % inférieures aux niveaux d'avant la pandémie en 2019.⁸²

Au cours de ce premier trimestre dynamique de 2023, le tourisme international a enregistré une augmentation remarquable de 86 % par rapport à la même période de l'année précédente, démontrant une vigueur continue en début d'année. Environ 235 millions de touristes ont voyagé à l'international au cours des trois premiers mois, plus du double par rapport à la même période en 2022.

Le Moyen-Orient a connu la performance la plus marquante avec une hausse de 15 %, devenant ainsi la première région du monde à retrouver les chiffres pré-pandémiques sur un trimestre complet. L'Europe a également bien performé, atteignant 90 % des niveaux pré-pandémiques au premier trimestre 2023, soutenue par une forte demande intra-régionale.

L'Afrique et les Amériques ont atteint environ 85 % des niveaux de 2019 au cours des trois premiers mois de 2023, montrant une reprise solide. En revanche, les arrivées en Asie et dans le Pacifique ont atteint 54 % des niveaux pré-pandémiques.

En examinant par sous-région, l'Europe du Sud-Méditerranéenne (+1 %) et l'Afrique du Nord (+4 %) ont toutes deux retrouvé les chiffres de 2019.

Une autre indication positive est que les recettes du tourisme international ont dépassé la barre des mille milliards de dollars américains en 2022, augmentant de 50 % en termes réels par rapport à 2021, et atteignant 64 % des niveaux pré-pandémiques. Cela témoigne d'une reprise économique significative dans le secteur du tourisme après les défis posés par la pandémie.⁸³

⁸² World travel and tourism council, <https://wttc.org/research/economic-impact/moduleid/704/itemid/227/controller/downloadrequest/action/quickdownload> date de consultation le 20/10/2023.

⁸³ UNWTO, OMT, World Tourism barometer, volume 21, issue 02, mai 2023.

2 La place du tourisme dans l'économie des pays leader :

Graphe 4: la contribution de l'industrie du tourisme au PIB des pays sélectionnés données de 2019



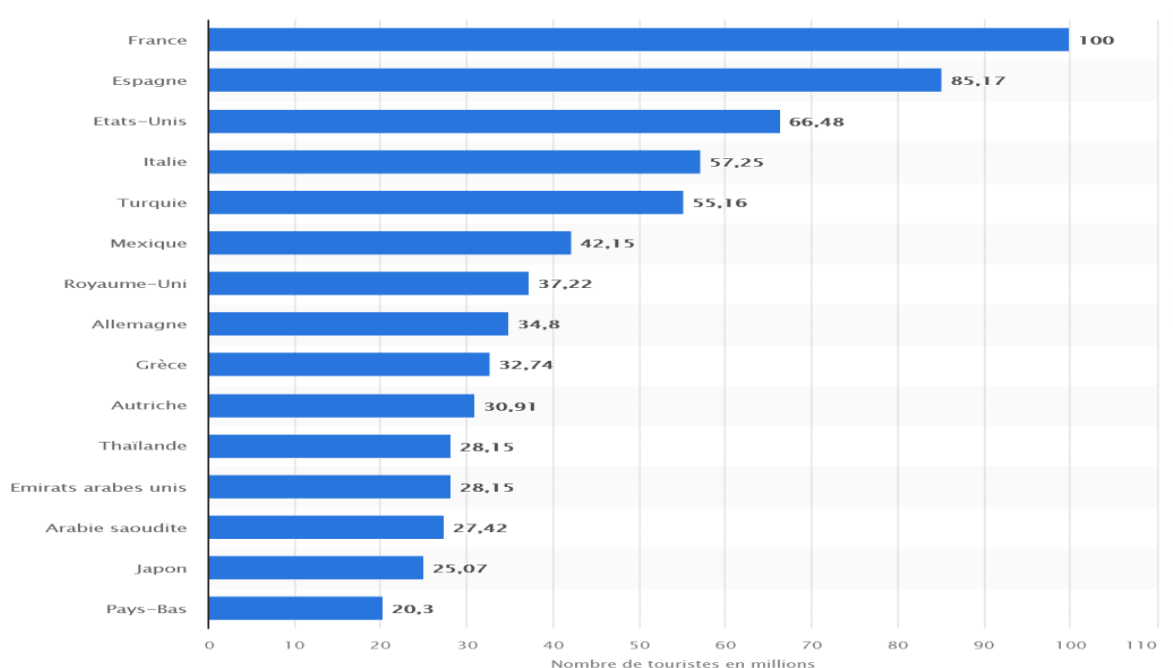
Source : <https://fr.statista.com/infographie/21543/contribution-du-tourisme-dans-le-pib-des-pays/> date de consultation le 22/10/2023.

Selon les données du site Statista pour l'année 2019, les Maldives occupent la première place parmi les pays avec la plus grande contribution de l'industrie du tourisme à leur économie nationale, représentant 32,5%. Elles sont suivies par les Seychelles avec 26,4%, la Thaïlande en troisième position avec 19,7%, et l'Espagne en quatrième position avec 14,3%. En revanche, malgré son classement en tête des destinations touristiques les plus attractives au monde, la France enregistre une contribution plus modeste de l'industrie touristique à son économie, atteignant seulement 8,5%. Cette disparité met en évidence la diversité des économies nationales et l'ampleur variable de la dépendance au tourisme comme source de revenus, malgré la popularité incontestée de la France en tant que destination touristique.

2.1 Le tourisme en France :

La France considère le tourisme comme un secteur stratégique et influent pour son économie, en 2019, le pays enregistre l'entrée de 90 millions de touristes étrangers. Et malgré avec la crise sanitaire, la France reste le pays le plus visité au monde, devant l'Espagne et les États-Unis.

Graph 5: classement des pays selon le nombre de touristes internationaux en 2023(en millions)

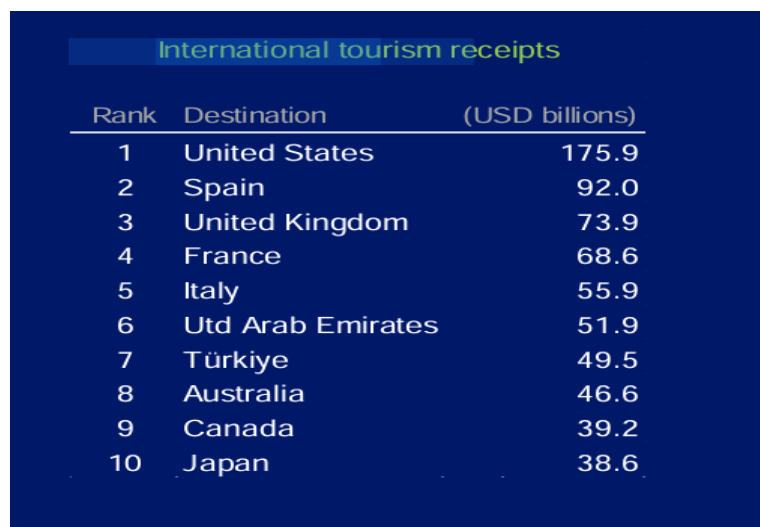


Source : Statista, <https://fr.statista.com/statistiques/471942/les-dix-pays-les-plus-visites-au-monde/> consulté le 20/01/2025

Le graphique 05 illustre le classement des destinations touristiques internationales en termes de nombre de visiteurs en 2023, exprimé en millions. La France se distingue au premier rang avec 100 millions de touristes, consolidant ainsi sa position de leader mondial grâce à la richesse de son patrimoine culturel et historique. L'Espagne se positionne en deuxième place avec 85,17 millions de visiteurs, suivie par les États-Unis qui, avec 66,48 millions de touristes, se classent troisième. Les paysages diversifiés et les infrastructures développées de ce pays contribuent à son attractivité touristique. L'Italie et la Turquie occupent respectivement les quatrième et cinquième places avec 57,25 et 55,16 millions de touristes, grâce à leurs sites historiques et leurs offres touristiques diversifiées. Parmi les autres destinations notables, les Émirats arabes unis et l'Arabie saoudite à la douzième et treizième place, attirant respectivement 28,15 et 27,42 millions de visiteurs, reflétant leur croissance rapide dans le secteur touristique grâce à des investissements massifs et une promotion active. Ces données mettent en exergue le maintien de l'Europe en tant que destination prééminente, tandis que les pays du Moyen-Orient et d'autres régions émergentes enregistrent une augmentation de leur popularité, conduisant à une diversification des préférences des touristes internationaux.

Ces chiffres montrent une amélioration et une reprise progressive du tourisme dans le monde et en France en particulier. Selon le Comité régional du tourisme, près de 23 millions de touristes ont visité l'Île-de-France au cours de l'année 2021, contre 44 millions de touristes en 2022. Malgré ces chiffres, le nombre total de visiteurs reste inférieur de 13 % à celui de 2019. Et peut être attribuée au manque de clientèle asiatique visitant la région.⁸⁴

Figure 8: classement des pays selon les recettes du tourisme international en 2023 (en milliards de dollars)



International tourism receipts		
Rank	Destination	(USD billions)
1	United States	175.9
2	Spain	92.0
3	United Kingdom	73.9
4	France	68.6
5	Italy	55.9
6	Utd Arab Emirates	51.9
7	Türkiye	49.5
8	Australia	46.6
9	Canada	39.2
10	Japan	38.6

Source: World Tourism Barometer, Volume 22 · Issue 2 · May 2024

La figure illustre les recettes du tourisme international par destination en 2023, exprimées en milliards de dollars américains (USD). Les États-Unis arrivent en tête avec 175,9 milliards USD, grâce à leurs villes emblématiques et leurs infrastructures touristiques développées. L'Espagne et le Royaume-Uni suivent avec respectivement 92,0 et 73,9 milliards USD, bénéficiant d'un riche patrimoine culturel et historique. La France et l'Italie occupent les quatrième et cinquième places avec 68,6 et 55,9 milliards USD, attirant les visiteurs par leurs monuments, leur gastronomie et leurs paysages variés. Les Émirats arabes unis et la Turquie se classent sixième et septième avec 51,9 et 49,5 milliards USD, montrant leur croissance rapide grâce à des investissements massifs dans le tourisme. L'Australie, le Canada et le Japon complètent le top 10 avec des recettes respectives de 46,6, 39,2 et 38,6 milliards USD, offrant des paysages naturels et

⁸⁴ Comité régional du tourisme, Bilan annuel de l'activité touristique 2022, France, mars 2023.

des cultures uniques. Cette figure souligne l'importance économique du tourisme international et la diversité des destinations prisées par les voyageurs.

Tableau 1: les estimations des nuitées dans les hébergements touristiques marchands en France pour l'année 2024

Hébergements touristiques marchands	Nuitées totales En 2024		Nuitées de la clientèle domestique En 2024		Nuitées de la clientèle internationale En 2024	
	Nombre [en millions]	Evol. % VS 2023	Nombre [en millions]	Evol. % VS 2023	Nombre [en millions]	Evol. % VS 2023
Hôtellerie	209,6	-1,5%	133,4	-2,1%	76,1	-0,5%
Hôtellerie de plein air	141,2	-0,3%	98,5	-1,6%	42,7	+2,8%
Autres hébergements collectifs de tourisme	94,8	-0,1%	76,3	-1,0%	18,5	+4,1%
<i>Dont résidences de tourisme</i>	69,5	-0,1%	54,6	-1,1%	14,9	+4,0%
Total hébergements collectifs	445,5	-0,8%	308,2	-1,7%	137,4	+1,1%
Location saisonnière	267,8	+14,0%	161,6	+12,5%	106,1	+16,4%
Total hébergements marchands hors gîtes	713,3	+4,3%	469,8	+2,8%	243,5	+7,3%

* Estimation Atout France sur l'ensemble de l'année 2024

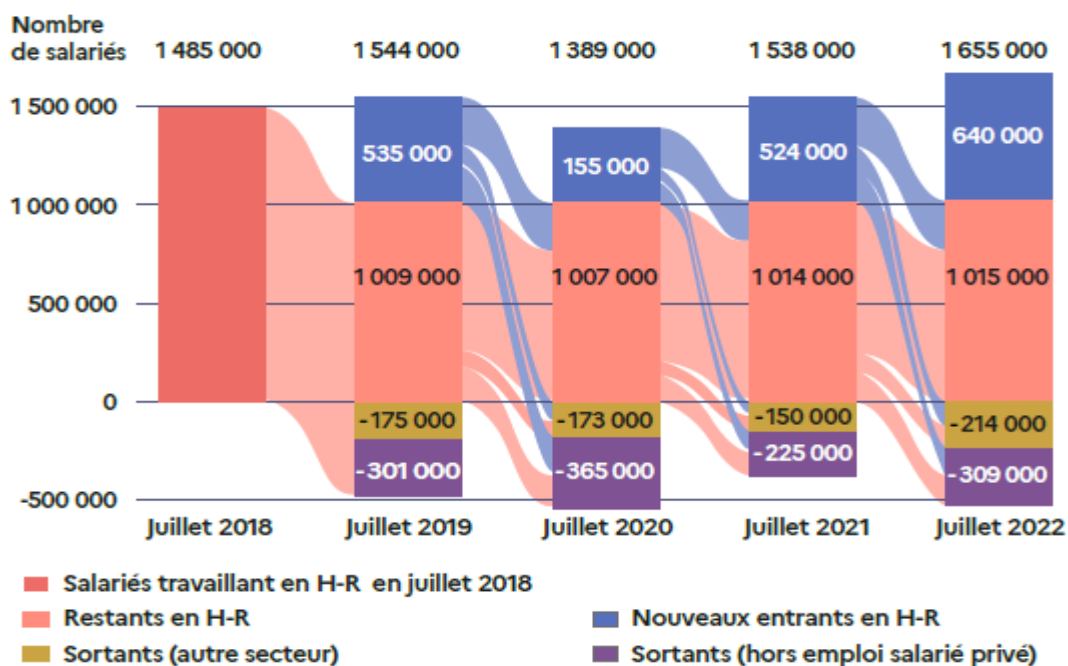
Source : Tendances et hôtellerie, Une année 2024 record pour le tourisme français grâce à la croissance des recettes internationales et à la solidité du marché domestique, <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-breves/communiqu-de-presse/23633-article/une-annee-2024-record-pour-le-tourisme-francais-grace-a-la-croissance-des-recettes-internationales-et-a-la-solidite-du-marche-domestique> consulté le 23/01/2025

Le tableau présente les estimations des nuitées dans les hébergements touristiques marchands en France pour 2024, comparées à 2023. Le secteur hôtelier enregistre une légère baisse de 1,5 % des nuitées totales, avec 209,6 millions de nuitées, marquée par une diminution de 2,1 % pour la clientèle domestique et de 0,5 % pour la clientèle internationale. L'hôtellerie de plein air affiche une baisse de 0,3 % des nuitées totales (141,2 millions), avec une clientèle domestique en recul de 1,6 %, mais une clientèle internationale en hausse de 2,8 %. Les autres hébergements collectifs, y compris les résidences de tourisme, connaissent une légère baisse de 0,1 % des nuitées totales (94,8 millions), avec une clientèle domestique diminuant de 1,0 % et une clientèle internationale augmentant de 4,1 %. En revanche, la location saisonnière montre une forte croissance de 14,0 %, atteignant 267,8 millions de nuitées, avec une hausse de 12,5 % pour la clientèle domestique et de 16,4 % pour la clientèle internationale. Au total, les hébergements marchands hors sites augmentent de 4,3 % (713,3 millions de nuitées), avec une progression de 2,8 % pour la clientèle domestique

et de 7,3 % pour la clientèle internationale. En résumé, la location saisonnière se distingue par une croissance significative, tandis que les autres secteurs enregistrent des baisses modérées, avec une contribution positive de la clientèle internationale dans plusieurs domaines.

2.1.1 L'emploi dans le tourisme en France:

Graph 6: Réallocation des salariés du secteur de l'hébergement-restauration (H-R) entre les mois de juillet 2019 et juillet 2022



Source : <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/hebergement-restauration-quelle-evolution-des-effectifs-avec-la-crise> date de consultation le 20/10/2023.

L'analyse graphique met en évidence l'évolution du nombre de salariés en France entre juillet 2018 et juillet 2022, révélant une tendance haussière globale malgré des fluctuations annuelles. En effet, le nombre de salariés est passé de 1 485 000 en juillet 2018 à 1 655 000 en juillet 2022, marquant une augmentation significative. Une baisse significative de 155 000 salariés a été observée entre juillet 2019 et juillet 2020, probablement due à la pandémie de COVID-19, suivie d'une reprise avec une augmentation de 149 000 salariés en 2021 et de 117 000 en 2022. En outre, les mouvements de main-d'œuvre, incluant les départs vers d'autres secteurs économiques et les nouvelles entrées sur le marché du travail, ont connu des fluctuations, reflétant les changements structurels de l'économie. La reprise post-pandémique est manifeste, avec une augmentation continue du nombre de salariés observée en 2021 et 2022.

Avant la pandémie, le tourisme générait plus de 2 millions d'emplois. Cependant, la crise sanitaire a fortement impacté le secteur, entraînant une perte de 237 000 emplois dans l'hôtellerie et la restauration en 2020 et 2021, selon une étude de la Direction de l'animation de la recherche, des études et des statistiques (Dares).

Face à cette crise, le gouvernement a mis en œuvre des mesures d'urgence dès mars 2020, telles que l'activité partielle, le fonds de solidarité, les prêts garantis par l'État, et des reports de cotisations sociales, mobilisant un total de 45,5 milliards d'euros. La Cour des comptes indique dans son rapport de février 2023, que ces aides ont permis de maintenir les entreprises et la stabilité de l'emploi en évitant faillites et licenciements liés à la perte d'activité. Cependant, la Cour estime que la période de crise aurait pu être davantage exploitée pour entreprendre des transformations significatives, notamment en alignement avec les engagements de la France envers le développement durable et la lutte contre le réchauffement climatique.⁸⁵

En novembre 2021, le gouvernement a lancé le plan "Destination France" avec un budget de 1,9 milliard d'euros pour relancer le secteur du tourisme. L'objectif est de renforcer la position de la France en tant que première destination touristique mondiale et de la positionner comme la première destination du tourisme durable d'ici 2030. Le plan vise à améliorer la qualité de l'offre touristique française et à accroître l'attractivité des métiers du tourisme.

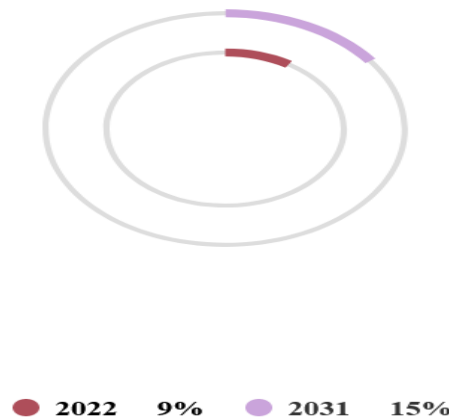
2.2 Le tourisme aux Emirats Arabes unis :

Les Émirats arabes unis (EAU) se dressent comme une vitrine spectaculaire de la fusion entre tradition et modernité, et le développement fulgurant du tourisme dans cette région captivante en est un témoignage éloquent. Au cœur du Moyen-Orient, les Émirats arabes unis ont su transformer leurs paysages désertiques en des destinations de renommée mondiale, attirant des visiteurs avec une combinaison unique de tradition, de luxe et d'innovation. Cette introduction explore l'évolution dynamique du tourisme aux Émirats arabes unis, mettant en

⁸⁵ La cour des comptes, LE SOUTIEN AU TOURISME DURANT LA CRISE SANITAIRE Un secteur préservé, une transformation à peine engagée, Rapport public thématique, Février 2023

lumière les facteurs clés qui ont propulsé cette nation vers le devant de la scène touristique mondiale.

Figure 9: la contribution de l'industrie du tourisme dans le PIB des Emirats Arabes Unis.

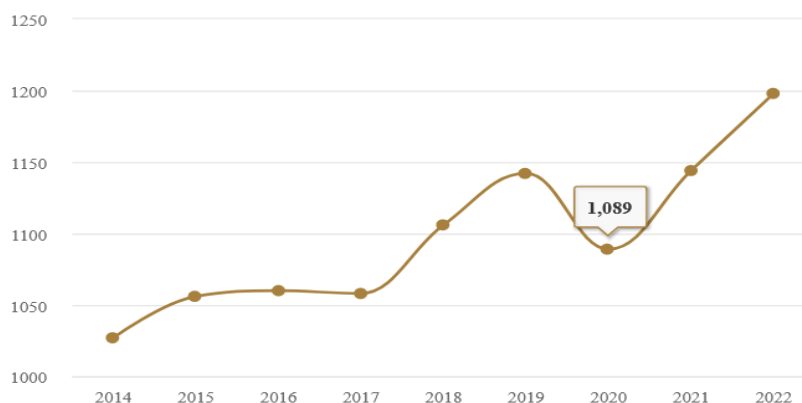


Source : <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators> consulté le 21/10/2023.

En 2022, le secteur du voyage et du tourisme aux Émirats arabes unis a apporté une contribution substantielle, s'élevant à près de 167 milliards d'AED, représentant ainsi 9 % du PIB total du pays. Cet impact significatif souligne le rôle crucial du tourisme dans l'économie émiratie. Mais aussi, dans une perspective ambitieuse d'avenir, le gouvernement émirati aspire à renforcer davantage cette contribution économique. Il vise ainsi à accroître la part du secteur du voyage et du tourisme pour atteindre 30 % du PIB d'ici 2030. Cette vision audacieuse témoigne de la volonté du gouvernement d'émirati de positionner le tourisme comme un moteur majeur de la croissance économique, avec des implications positives sur l'emploi, les investissements et le rayonnement international du pays.

Graphe 7: développement du nombre d'hôtels aux Emirats arabes unis durant la période 2014-2022

Chapitre I : Le tourisme un phénomène Mondial boosteur de l'économie



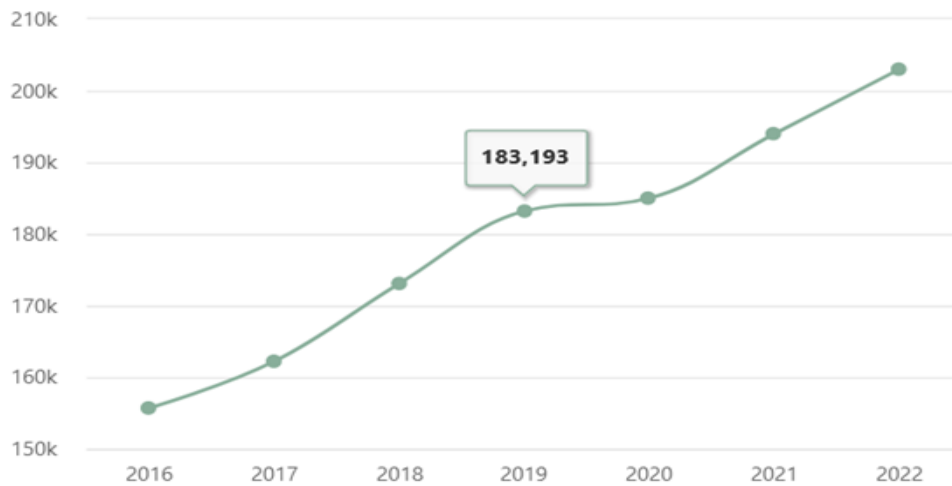
Source : <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators> consulté le 21/10/2023.

L'évolution du nombre d'hôtels aux Émirats arabes unis au cours des dernières années reflète une trajectoire dynamique, profondément influencée par divers événements, dont la crise sanitaire mondiale en 2020. En 2014, le pays comptait 1027 hôtels, indiquant déjà une tendance à la croissance. En 2019, ce nombre avait augmenté pour atteindre 1142, soulignant une expansion significative du secteur hôtelier.

Cependant, l'année 2020 a été marquée par la pandémie de COVID-19, qui a eu un impact mondial sur le tourisme. Les restrictions de voyage et les mesures de distanciation sociale ont entraîné une contraction temporaire de l'industrie hôtelière aux Émirats arabes unis. Le nombre d'hôtels a ainsi enregistré une légère baisse, passant à 1089.

Néanmoins, en 2022, le secteur a rebondi de manière impressionnante, avec le nombre d'hôtels augmentant pour atteindre 1 198. Cette reprise rapide témoigne de la résilience du secteur touristique aux Émirats arabes unis et de la capacité du pays à s'adapter aux défis et à maintenir sa croissance. L'analyse de ces données offre un aperçu nuancé de l'impact des événements mondiaux sur l'industrie hôtelière de la région, soulignant sa capacité à se régénérer et à poursuivre son développement.

Graphe 8: développement de nombre des chambres d'hôtels aux EAU durant la période 2016-2022



Source : <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators> consulté le 21/10/2023.

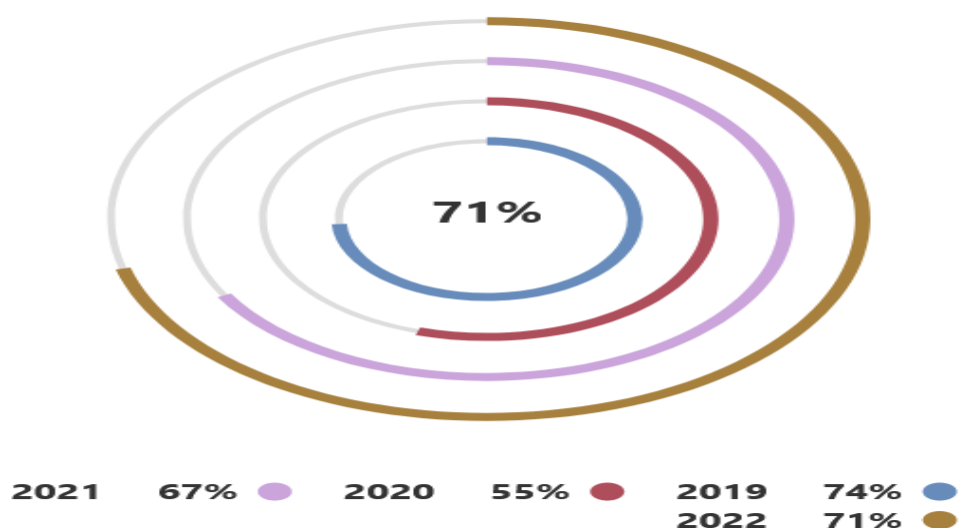
L'évolution du nombre de chambres d'hôtel aux Émirats arabes unis entre 2016 et 2022 témoigne d'une croissance soutenue, malgré les défis posés par la crise sanitaire en 2020.

En 2016, le pays disposait de 155,704 chambres d'hôtel, soulignant déjà une infrastructure hôtelière significative. Cette capacité a continué de croître de manière constante, atteignant 183,193 chambres en 2019, démontrant une expansion notable en réponse à la demande croissante du secteur touristique dans la région.

Cependant, l'année 2020 a été marquée par la pandémie de COVID-19, entraînant des perturbations majeures dans l'industrie hôtelière mondiale. Malgré cela, les Émirats arabes unis ont réussi à maintenir leur capacité hôtelière à 185,000 chambres en 2020, témoignant d'une résilience relative face aux défis sans précédent de la crise sanitaire.

En 2022, le pays a non seulement récupéré des impacts de la pandémie mais a également surpassé les niveaux précédents avec une capacité hôtelière atteignant 203,000 chambres d'hôtel. Cette reprise rapide et la croissance continue soulignent la robustesse de l'industrie hôtelière aux Émirats arabes unis et la volonté du pays de maintenir son statut de destination touristique majeure. L'analyse de ces données met en lumière la résilience du secteur et la capacité d'adaptation du pays aux circonstances changeantes du marché mondial du tourisme.

Graph 9: Taux d'occupation des chambres d'hôtel par les touristes au cours de la période 2019-2022



Source : <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators> consulté le 21/10/2023.

L'évolution du taux d'occupation des chambres d'hôtel aux Émirats arabes unis entre 2019 et 2022 offre un aperçu intéressant des fluctuations induites par la pandémie de COVID-19 et de la reprise progressive du secteur.

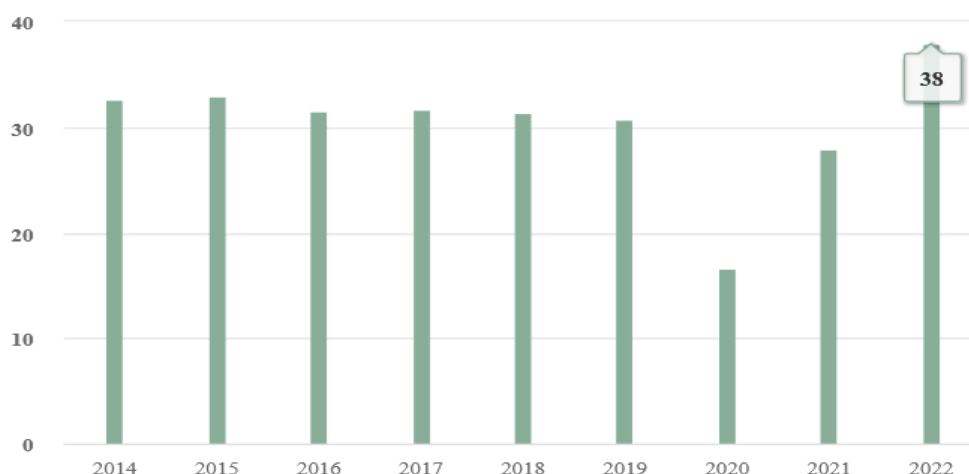
En 2019, avant l'impact significatif de la crise sanitaire, le taux d'occupation des chambres d'hôtel s'élevait à un robuste 74%, illustrant la vitalité du secteur touristique dans la région. Cependant, en 2020, l'année de la pandémie, ce taux a connu une baisse importante, atteignant 55%. Les restrictions de voyage et les préoccupations liées à la santé ont naturellement impacté la fréquentation des hôtels.

En 2021, avec les efforts déployés pour atténuer les effets de la crise sanitaire, le taux d'occupation a montré une amélioration, s'élevant à 67%. Cette

reprise modérée témoigne des premières étapes de la reprise du secteur après les perturbations de l'année précédente.

Finalement, en 2022, le secteur hôtelier aux Émirats arabes unis a enregistré un retour aux niveaux observés avant la pandémie, avec un taux d'occupation des chambres d'hôtel atteignant 71%. Cette reprise vers les taux pré-COVID reflète une normalisation progressive du secteur et un signe encourageant de la confiance retrouvée des voyageurs. L'analyse de ces données souligne la résilience du secteur du tourisme et de l'hôtellerie dans la région face aux défis exceptionnels posés par la pandémie.

Graphe 10: évolution des recettes générées par le secteur hôtelier au EAU pendant la période 2014-2022



Source : <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators> consulté le 21/10/2023.

L'analyse des données sur les dépenses totales des touristes internationaux et les recettes du secteur hôtelier aux Émirats arabes unis entre 2014 et 2022 offre un aperçu de l'évolution économique du tourisme dans la région, avec des influences majeures de la pandémie de COVID-19.

En 2014, les recettes du secteur hôtelier atteignaient 32,70 milliards AED, illustrant la vigueur de l'industrie touristique à cette époque. Cependant, cette tendance a montré une légère baisse en 2016, avec des recettes de 31,60 milliards AED.

En 2019, les recettes du secteur hôtelier étaient de 30,70 milliards AED, indiquant une stabilisation relative avant l'impact de la pandémie de COVID-19. En 2020, la crise sanitaire a eu un effet significatif, réduisant les recettes à 16,60 milliards AED.

milliards AED, une chute notable due aux restrictions de voyage et à la diminution des déplacements internationaux.

Cependant, la reprise s'est manifestée en 2022, avec les dépenses totales des touristes internationaux atteignant 117,6 milliards AED, un chiffre impressionnant qui témoigne d'une reprise dynamique du secteur touristique. Les recettes du secteur hôtelier ont également rebondi, atteignant 38 milliards AED en 2022, dépassant même les niveaux enregistrés en 2014. Cette reprise rapide indique la capacité du secteur à se rétablir et à prospérer malgré les défis sans précédent de la pandémie.

L'analyse de ces données suggère une tendance de résilience dans l'industrie touristique des Émirats arabes unis, avec une capacité à surmonter les obstacles et à renouer avec une croissance soutenue après une période difficile.

Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons exploré en profondeur les fondements essentiels du tourisme, mettant en lumière le concept clé de touristicité et son étroite relation avec l'attractivité touristique d'un territoire. Nous avons également examiné de près la place prépondérante du tourisme à l'échelle mondiale et dans l'économie de certains pays leaders de ce secteur. Il est indéniable que le tourisme joue un rôle vital dans le développement économique global, contribuant de manière significative à la création d'emplois et facilitant les échanges culturels entre différentes régions du monde.

Le constat est clair : le tourisme présente des opportunités considérables pour les nations qui ont su en faire un pilier stratégique de leur économie. Cependant, il est tout aussi évident que ce secteur dynamique ne vient pas sans son lot de défis. Des questions cruciales telles que la durabilité environnementale et la gestion des flux touristiques ont été soulevées, soulignant la nécessité d'une approche réfléchie et équilibrée.

En résumé, le tourisme émerge comme un secteur qui, tout en offrant un potentiel de croissance considérable, exige une gestion prudente et une vision à long terme. Les avantages économiques et culturels sont indéniables, mais la prise en compte des enjeux environnementaux et la mise en place de politiques durables sont essentielles pour garantir que le tourisme continue d'être une force positive et durable dans le monde moderne.

CHAPITRE II : LA GOUVERNANCE AU SERVICE DU SECTEUR TOURISTIQUE

Chapitre II : La gouvernance au service du secteur touristique

Introduction :

La gouvernance est un concept largement sollicité aujourd'hui dans divers secteurs, sociétés et gouvernements. Son rôle est crucial dans l'attractivité des investissements, en particulier dans le secteur du tourisme. La gouvernance touristique implique la mise en place de structures et de processus de décision efficaces pour gérer le développement et la promotion touristique d'un territoire. Elle vise à assurer une coordination harmonieuse entre les acteurs publics et privés, à garantir la durabilité des initiatives touristiques, et à promouvoir une approche participative et inclusive. Une bonne gouvernance touristique peut renforcer l'attractivité d'une destination en améliorant la qualité des services, en préservant l'environnement, en favorisant le développement économique local, et en répondant aux attentes des visiteurs. Il est essentiel que les acteurs du tourisme travaillent ensemble dans le cadre d'une gouvernance transparente, responsable et stratégique pour assurer le succès à long terme de l'industrie touristique.

Dans ce chapitre, nous nous efforcerons tout d'abord de saisir la notion de gouvernance, ses origines et ses principes. Par la suite, nous explorerons le rôle de la gouvernance dans l'industrie du tourisme, en mettant l'accent sur son application dans des pays qui se démarquent dans ce domaine. Enfin, nous illustrerons la gouvernance touristique en Algérie à travers quelques exemples de ses pratiques.

Section 01 : concept théorique de la gouvernance.

1 L'émergence de la gouvernance à travers le temps

En effet, le concept de la gouvernance n'est pas un fléau récent. Depuis l'aube de l'humanité, les idées politiques ont tracé un parcours riche et complexe, façonnant les fondements de la gouvernance à travers les âges. L'héritage des anciens Grecs témoigne de cette diversité, où une gamme variée de systèmes gouvernementaux, de la tyrannie à la démocratie, a prospéré. Les citoyens, bien que souvent impliqués dans les processus décisionnels, ont été témoins d'une réalité où les postes publics étaient souvent accaparés par les élites financières.

Les Romains, à leur tour, ont contribué à la pensée politique avec des philosophes éminents tels que Cicéron et Polybe, qui ont inscrit dans l'histoire la primauté de la loi naturelle, de la raison et du savoir en tant qu'instruments de gouvernance. Cependant, au-delà de ces influences classiques, la conception même de gouvernance a connu une évolution constante à travers les âges.

Chez les arabes aussi, l'Islam a apporté des changements significatifs dans la gouvernance de la région arabe. Avec l'avènement du prophète Muhammad et l'établissement du premier État islamique à Médine, de nouvelles institutions politiques ont émergé, telles que le califat, qui a été le principal système de gouvernement dans le monde musulman pendant des siècles. Le califat était censé être basé sur les principes de consultation (Shura), de justice (Adl), de responsabilité (Mas'uliyya), et de respect des droits de l'homme et des libertés individuelles.

En réalité, le terme "gouvernance" introduit dans l'histoire française, où il était utilisé entre les XIII^e et XIV^e siècles pour désigner l'art de gouverner et les techniques visant à promouvoir le bien public. Au fil du temps, ce concept s'est recentré sur l'administration de l'État avant de refaire surface dans le langage managérial des années 1970.⁸⁶

D'abord, la notion de "bonne gouvernance" a remodelé la gestion des entreprises, en s'inspirant des sciences humaines et en considérant l'entreprise comme une entité sociale complexe plutôt qu'une simple machine. Les structures

⁸⁶ Pitseys, John. « Le concept de gouvernance », *Revue interdisciplinaire d'études juridiques*, vol. 65, no. 2, 2010, pp. 207-228.

centralisées ont été critiquées au profit d'un modèle biologique où la flexibilité, la reconnaissance individuelle et la confiance sont valorisées.

Par la suite, les institutions publiques ont adopté des principes similaires pour répondre aux attentes des citoyens et des consommateurs, en cherchant à alléger les structures bureaucratiques et à favoriser une approche plus participative de la gouvernance. Ce changement de perspective a conduit à une redéfinition de la gouvernance, désormais perçue comme un processus dynamique visant à améliorer le fonctionnement des institutions et leur impact sur la société dans son ensemble.

Dans une troisième phase, les défenseurs de la "bonne gouvernance" ont étendu le concept à de nouveaux domaines tels que la gouvernance urbaine, environnementale et informatique. En s'appuyant sur des théories démocratiques délibératives ou participatives, la gouvernance est devenue un contre-discours critiquant le manque de démocratie et de respect des droits de l'homme par les institutions internationales. Elle propose également des normes et des pratiques visant à rendre les processus décisionnels à la fois plus efficaces et plus démocratiques.

2 Le concept de la gouvernance « passé du privé au public »

Gouvernance : un terme polysémique omniprésent dans les discours contemporains, appliqué à des domaines aussi variés que l'entreprise, l'environnement, le territoire ou encore le monde numérique. Mais que recouvre-t-il précisément ?

Nous allons dans ce qui suit tenter d'analyser deux piliers importants : la gouvernance privée et la gouvernance publique. Si la première s'est imposée dans le champ économique, la seconde s'est développée plus tardivement, s'attaquant à des problématiques distinctes.

2.1 La gouvernance privée ou d'entreprise :

Charreaux définit la gouvernance privée ou « *corporate governance* » qui a été traduit au français par « gouvernement d'entreprise » comme étant « l'ensemble des mécanismes organisationnels ou institutionnels ayant pour effet de délimiter les pouvoirs et d'influencer les décisions des dirigeants, managériaux ou politiques, autrement dit qui "gouvernent" leur conduite et définissent leur

espace discrétionnaire »⁸⁷L'auteur présente à travers cette définition, l'importance des structures et des processus qui encadrent le pouvoir et l'autorité au sein des organisations. Elle souligne également le rôle fondamental de la gouvernance dans la promotion d'un leadership éthique et d'une gestion efficace.

Gomez en 2001 mentionne qu'un système de gouvernance qui se veut être efficace se doit de respecter trois principes essentiels⁸⁸ :

Il est essentiel de garantir l'équité entre toutes les catégories d'actionnaires, indépendamment du nombre d'actions détenues. Cela implique notamment un accès égal aux informations cruciales. De plus, il est nécessaire d'assurer une stricte séparation des pouvoirs, en favorisant la présence d'administrateurs indépendants au sein des conseils d'administration, ainsi que la distinction entre les fonctions de président du conseil et de directeur général. En outre, il est primordial de faciliter l'expression des intérêts divergents en permettant à toutes les parties prenantes de faire connaître leurs attentes et, le cas échéant, leurs désaccords.

2.2 La gouvernance publique :

2.2.1 Les définitions de certaines institutions :

La Banque mondiale a d'abord défini ce concept d'une manière large: « comme étant l'ensemble des traditions et des institutions par lesquelles s'exerce l'autorité dans un pays »⁸⁹. La définition a connu une expansion considérable au fil des ans, englobant des éléments supplémentaires tels que l'engagement citoyen, la vulnérabilité, les conflits, l'inclusivité, le changement climatique et la parité des sexes. Cependant, le problème d'une définition aussi complète est son manque de praticité. Il est difficile d'envisager un projet qui modifie le système politique sans compromettre l'indépendance démocratique. En outre, il est encore plus difficile de s'attaquer aux réglementations non écrites qui régissent les actions économiques. Dans ce cadre, la banque mondiale a préconisé une définition moins large et plus opérationnelle de la gouvernance, à savoir : « La gouvernance est le processus consistant à collecter et à gérer les recettes publiques de manière

⁸⁷ CHARREAUX G., « Vers une nouvelle théorie du gouvernement des entreprises ». In « Le gouvernement des entreprises ; corporate governance : théories et faits ». Edition Économica, 1997, pp 421-469, P423.

⁸⁸ Assia Hadjar, Gouvernance et Performance des PME dans les Pays en Transition, thèse de doctorat, université Abou Bekr Belkayed Telemcen, 2016. P 12

⁸⁹ The International Bank World, Development Report 1992 Development and the Environment, Oxford University Press, 1992,

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/995041468323374213/pdf/105170REPLACEMENT0WDR01992.pdf> consulté le 11/01/2024.

transparente et responsable, afin d'assurer des services publics qui répondent aux besoins des citoyens »⁹⁰

De son côté, la commission européenne, propose une définition adaptée au contexte de développement européen, elle offre un certain potentiel de généralisation de son utilisation. De ce fait, pour cette institution : « La notion de "gouvernance" désigne les règles, les processus et les comportements qui influent sur l'exercice des pouvoirs au niveau européen, particulièrement du point de vue de l'ouverture, de la participation, de la responsabilité, de l'efficacité et de la cohérence »⁹¹. De nombreux auteurs trouveront que les concepts de règles, de processus et de comportements sont des éléments essentiels de cette définition. En outre, la notion de participation est fortement soulignée et est étroitement liée au concept de responsabilité.

L'organisation des Nations Unies (ONU), via le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) donne elle aussi une définition de la gouvernance comme suit : « governance can be seen as the exercise of political, economic and administrative authority in the management of country's affairs at all levels. (It comprises the complex mechanisms, processes and institutions, through which citizens and groups articulate their interests, mediate their differences and exercise their legal rights and obligations»⁹². Cette définition explique que la gouvernance peut être comprise comme l'exercice de l'autorité politique, économique et administrative dans la gestion des affaires d'un pays à tous les niveaux. Elle englobe les mécanismes complexes, les processus et les institutions à travers lesquels les citoyens et les groupes expriment leurs intérêts, résolvent leurs différends et exercent leurs droits et obligations légaux. En d'autres termes, la gouvernance implique la manière dont un pays est dirigé et administré, ainsi que la façon dont les décisions sont prises, les conflits sont résolus et les droits sont protégés. Globalement, nous pouvons dire que cette définition met en lumière le caractère complexe de la gouvernance, qui implique à la fois des structures institutionnelles et des processus sociaux, et souligne l'importance de la participation citoyenne et de la médiation des différences dans le fonctionnement d'un système politique efficace et légitime.

⁹⁰ <https://blogs.worldbank.org/fr/opinions/la-gouvernance-dans-un-monde-mouvant> consulté le 11/01/2024.

⁹¹ Isabelle Lacroix , Pier-Olivier St-Arnaud, La gouvernance : tenter une définition, Cahiers de recherche en politique appliquée , Vol. IV, Numéro 3, Automne 2012, PP 19-37, P 23

⁹² United Nations Development Programme, Governance for sustainable human development : a UNDP policy document, January 1997, P IV , [file:///C:/Users/DELL/Downloads/DP\(09\)_H9181.pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/DP(09)_H9181.pdf) consulté le 11/01/2024.

L'Agence canadienne de développement international (ACDI) pour sa part propose une définition différentes qui mettant l'accent sur certaines composantes de la gouvernance : « La gouvernance englobe les valeurs, les règles, les institutions et les processus grâce auxquels des particuliers et des organisations tentent d'atteindre des objectifs communs, de prendre des décisions, d'instaurer l'autorité et la légitimité, et d'exercer des pouvoirs »⁹³. Nous remarquons que dans cette définition la notion de valeurs a été intégrée aux processus et aux règles de la gouvernance, et les notions d'autorité et de légitimité sont adjointes à la notion d'exercice du pouvoir.

Ces définitions nous fournissent des lignes directrices pour l'application et l'évaluation de projets concrets au sein de diverses sociétés, qui peuvent varier selon les organisations. Certaines organisations, comme l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), intègrent également le concept de « bonne gouvernance », qui relève davantage d'une recommandation normative. Les organisations internationales utilisent ce concept pour déterminer des mesures d'intervention et de financement pour les pays qui répondent aux critères spécifiés. Les critères de « bonne gouvernance » englobent souvent la présence de certains éléments.

Une perspective légèrement différente s'impose lorsqu'on considère l'état de droit, l'absence de corruption, l'équité, la responsabilisation, la responsabilité, l'efficacité, la transparence et la participation. Cette approche unique est encore renforcée par l'inclusion de documents de référence.⁹⁴

2.2.2 Définition des ouvrages de référence et des spécialités

Beitone définit dans son ouvrage le concept de gouvernance en reprenant la définition d'un commissaire européen. Selon **P. Lamy**, la gouvernance est : " l'ensemble des transactions par lesquelles des règles collectives sont élaborées, décidées, légitimées, mises en œuvre et contrôlées" ⁹⁵. Cette définition fait référence au processus complet par lequel les règles collectives sont créées, décidées, légitimées, mises en œuvre et surveillées. Cela englobe toutes les étapes, de la conception initiale des règles à leur application pratique et à leur suivi. Il s'agit donc d'un processus complexe et itératif qui implique souvent la participation de multiples parties prenantes et la conformité à des cadres

⁹³ Isabelle Lacroix, Pier-Olivier St-Arnaud, Op-cit, P 23

⁹⁴ Marie-Claude SMOUTS, Dario BATTISTELLA, Pascal VENNESSON. Dictionnaire des relations internationales : Approches concepts doctrines, Paris: Dictionnaire Dalloz, 2ème édition, janvier 2006, p 552.

⁹⁵ BEITONE Alain, Dictionnaire des sciences économiques, 2ème édition, Armand Colin, Paris, 2007, P.252.

réglementaires spécifiques. Cela met en évidence l'importance de la transparence, de la légitimité et du contrôle dans l'élaboration et l'application de règles collectives.

De son côté, **Hermet** à travers sa définition qui désigne la gouvernance comme étant « l'ensemble des procédures institutionnelles, des rapports de pouvoir et des modes de gestion publics ou privés formels aussi bien qu'informels qui régissent notamment l'action politique réelle »⁹⁶. Ainsi, il souligne la complexité de la gouvernance en mettant en lumière les multiples dimensions, formelles et informelles, qui façonnent la prise de décision et la mise en œuvre des politiques dans les sociétés contemporaines. Elle offre une base solide pour l'analyse et la compréhension des processus politiques et administratifs.

D'un point de vue géopolitique, **Philippe Moreau DEFARGES** offre une approche qui définit ce concept : « la gouvernance, comme la globalisation et la mondialisation, est une notion des années 1990. Cette notion de gouvernance marque l'émergence de nouveaux modes d'administration des sociétés et des relations internationales. La gouvernance implique des négociations permanentes, sur un pied d'égalité, entre les grands acteurs du système : États, organisations, entreprises... Avec la gouvernance, le champ social devient un terrain de jeu. Le pouvoir ou l'autorité – au lieu de dicter d'en haut ses priorités – se contente de réguler, d'arbitrer. Le but de la collectivité ou de la société n'est plus quelque grand dessein transcendant, mais le libre épanouissement des activités de tous »⁹⁷

Isabelle Lacroix a proposé la définition suivante : « La gouvernance est l'ensemble des règles et des processus collectifs, formalisés ou non, par lequel les acteurs concernés participent à la décision et à la mise en œuvre des actions publiques. Ces règles et ces processus, comme les décisions qui en découlent, sont le résultat d'une négociation constante entre les multiples acteurs impliqués. Cette négociation, en plus d'orienter les décisions et les actions, facilite le partage de la responsabilité entre l'ensemble des acteurs impliqués, possédant chacun une certaine forme de pouvoir. »⁹⁸ à travers cette définition, la chercheuse offre une perspective holistique de la gouvernance en mettant en avant sa nature collective,

⁹⁶ Guy Hermet, Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques, 3^{ème} édition, Armand Colin, Paris, 1998, P.114.

⁹⁷ Philippe MOREAU DEFARGES. La gouvernance, collection « Que sais-je? » Presses universitaires de France, Paris, 2003, p. 96.

⁹⁸ Isabelle LACROIX. Les pratiques de gouvernance de commissions scolaires du Québec, Thèse (Ph.D), Université de Sherbrooke, 2012. P.52

participative et dynamique, ainsi que son rôle dans la distribution du pouvoir et de la responsabilité entre les acteurs impliqués dans les actions publiques.

Vodoz et al ont donné la définition suite à la gouvernance : « La gouvernance est un mode d'action basé sur un dispositif organisationnel ad hoc. Elle constitue un processus dynamique, flexible, réactif, transparent, parfois flou. Elle consiste à intégrer et concilier les intérêts multiples voire divergents d'une pluralité de partenaires, publics et parfois aussi privés, afin de valoriser leur volonté commune de résoudre efficacement un problème bien identifié, en poursuivant des objectifs partagés. Elle implique la mise en commun de ressources et l'assemblage de logiques différentes, par la coordination, la coopération et la négociation. Elle suppose la définition de règles de prise de décision et le choix de priorités, ainsi que le partage de responsabilités, sous l'égide de l'état, garant de sa légitimation. Elle déploie son action sur un périmètre singulier, et combine approches tant multi-scalaires que multisectorielles. »⁹⁹

À travers cette définition les auteurs abordent plusieurs aspects fondamentaux de la gouvernance, notamment en soulignant son caractère dynamique, flexible et réactif. Cela renvoie à des théories contemporaines de la gouvernance, telles que la gouvernance adaptative ou la gouvernance en réseau, qui mettent l'accent sur la capacité des systèmes de gouvernance à s'adapter aux changements et à répondre de manière agile aux défis émergents.

L'utilisation du terme "dispositif organisationnel ad hoc" souligne la nature spécifique et contextuelle des structures de gouvernance, qui peuvent être créées de manière temporaire ou sur mesure pour répondre à des problèmes particuliers. Cela s'inscrit dans une perspective de gestion organisationnelle qui reconnaît la nécessité de configurations flexibles et évolutives pour relever des défis complexes.

Les auteurs mettent en avant l'importance d'intégrer et de concilier les intérêts multiples et parfois divergents des parties prenantes. Cela reflète les approches de la gouvernance collaborative, qui mettent l'accent sur la nécessité de la coordination et de la coopération entre divers acteurs, qu'ils soient publics ou privés, pour atteindre des objectifs communs.

D'un autre côté ils accentuent L'implication de l'État en tant qu'acteur garant de la légitimité de la gouvernance soulignant ainsi la dimension politique de ce

⁹⁹ Luc VODOZ, Laurent THEVOZ, Prisca FAURE, Les horizons de la gouvernance territoriale. Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, ISBN 978-2-88915-007-6, 2013, P254

concept. Cela renvoie à des débats sur le rôle de l'État dans la gouvernance, ainsi qu'à des questions de légitimité démocratique et de responsabilité publique.

La référence aux approches multi-scalaires et multisectorielles met en lumière la complexité des systèmes de gouvernance contemporains, qui opèrent à différentes échelles spatiales et temporelles et englobent une diversité de secteurs d'activité. Cela souligne la nécessité d'une approche intégrée et holistique de la gouvernance pour aborder les défis interconnectés auxquels sont confrontées les sociétés modernes.

En générale, **Vodoz** et al nous offrent à travers cette définition de la gouvernance une vision nuancée et complexe de ce concept, en mettant en avant sa nature dynamique et adaptative, son caractère multi-acteurs et multi-scalaires, ainsi que ses implications politiques et organisationnelles. Elle reflète les tendances contemporaines en matière de gouvernance et offre un cadre conceptuel riche pour l'analyse et la compréhension des processus de prise de décision et de coordination dans les sociétés contemporaines.

2.3 Le concept de bonne gouvernance :

Dans son article, **Daniel Kaufman** indique que selon la Banque mondiale, la bonne gouvernance comprend les processus et les institutions par lesquels le pouvoir est exercé dans un pays, en s'appuyant sur la bonne gestion des institutions et la sélection et la coordination des politiques afin de fournir un service bon et efficace¹⁰⁰. Cette définition inclut ce qui suit :

Le processus par lequel les gouvernements sont sélectionnés, tenus responsables, surveillés et changés.

Les capacités du gouvernement à gérer efficacement les ressources et à fournir des services, ainsi qu'à formuler et développer de nouvelles législations.

Le respect des institutions qui gouvernent les interactions économiques et sociales.

Selon l'organisation Arab Human Development Report, la bonne gouvernance : « est une gouvernance qui promeut, soutient et préserve le bien-être humaines, des choix, des opportunités et des libertés économiques, sociales et politiques, et cherche à représenter pleinement tous les segments du peuple et à être responsable devant lui pour garantir les intérêts de tous les membres du peuple ». ¹⁰¹

¹⁰⁰ Daniel Kaufman, Legal corruption, Economics & politics, Vol 23, 2003, P 05

¹⁰¹ Ramdane Khatout, Establishing Principles of Good Governance to Combat Corruption, El Mesbah Journal

Al-Akhdar Ezzi et **Ghalem Jalati** ont fait référence, à travers leur article, à certaines définitions présentées par certains chercheurs dans le domaine des connaissances, et nous citerons les plus importantes d'entre elles ¹⁰²:

Définition de **Marcou, Rangeon** et **Thiebault** : « La bonne gouvernance est constituée de nouvelles formes efficaces entre les secteurs publics, à travers lesquelles des agents privés ainsi que des organisations publiques, des groupes ou des regroupements de citoyens ou d'autres formes d'agents prennent en compte la contribution à la formation de la politique ».

La définition de **François Xavier Merrien** : La bonne gouvernance se rapporte à une nouvelle forme de gestion efficace afin que les agents de toute nature et les institutions publiques partagent entre eux, et mettent en commun leurs ressources et tous leurs biens et capacités créent une nouvelle alliance d'action basée sur le partage des responsabilités.

En 2008, **Amani Qandil** présente la bonne gouvernance comme étant : la capacité du gouvernement à maintenir la paix sociale, à assurer l'ordre et la sécurité, et à promouvoir la création de conditions nécessaires à la croissance économique et à garantir un niveau minimum de sécurité sociale. ¹⁰³ Il la présente également comme la capacité du gouvernement à traiter efficacement et efficacement l'administration publique d'une manière responsable et ouverte à la participation des citoyens.

Sur la base des définitions et explication précédentes, nous pouvons affirmer que la bonne gouvernance implique une gestion adéquate des ressources dans la société, qu'elles soient de nature humaine, matérielle ou financière. Elle englobe non seulement la lutte contre la corruption et les déviations, mais s'étend à tous les domaines de la vie sociale, incluant le comportement, l'éducation, les structures, et bien plus encore.

3 Les règles et les principes de base de la bonne gouvernance ¹⁰⁴:

Parler de bonne gouvernance signifie prendre en compte l'histoire de la société, ses valeurs, ses traditions, etc., et cela soutient l'idée qu'elle n'est pas liée à un critère automatique, dans le sens où il existe une différence d'application et

in Psychology, Education Sciences, and Orthophony, Volume: 03, Number 01, March 2023, PP: 71-89, P 80.

¹⁰² Al-Akhdar Ezzi, Ghalem Jalti: La bonne gouvernance et la privatisation des institutions, Une référence à la réalité de l'économie nationale et de l'institution algérienne, Journal des Sciences Humaines, N° 27, 2006

¹⁰³ Amani Qandil, La Fondation arabe pour la société civile, Série des sciences sociales, l'Organisation générale du livre arabe, Le Caire, 2008, P. 154.

¹⁰⁴ Ramdane Khatout, Establishing Principles of Good Governance to Combat Corruption, El Mesbah Journal in Psychology, Education Sciences, and Orthophony, Volume: 03, Number 01, March 2023, PP: 71-89, P 81-83.

de caractéristiques dans les différentes sociétés, en plus de cela, il existe des politiques pour la bonne gouvernance qui sont meilleures que d'autres. Par conséquent, ses principes et ses composants étaient nombreux, parmi les plus importants figurent :

3.1 Séparation des pouvoirs :

Il s'agit d'un des principes constitutionnels de base sur lesquels repose la bonne gouvernance. Ce principe a été associé au nom du philosophe et politicien français "Montesquieu", qui a proposé la théorie de la séparation des pouvoirs (actuellement adoptée par la plupart des régimes). Ce dernier a eu le mérite de mettre en avant comme un principe fondamental pour réguler la relation entre les autorités publiques de l'État et pour se débarrasser des gouvernements absolus qui monopolisent tous les pouvoirs. Ce principe signifie la répartition des fonctions principales du gouvernement entre trois organes indépendants:

- Le pouvoir législatif : qui élabore et vote les lois
- Le pouvoir exécutif : qui assume la gouvernance, gère et administre l'État dans le respect des lois.
- Le pouvoir judiciaire : qui remet la justice conformément à la loi.

Cependant, cette séparation ne signifie pas une séparation complète des pouvoirs. Au contraire, il doit y avoir un équilibre et une coopération entre ces autorités, et chaque autorité respecte les compétences fonctionnelles confiées à l'autre autorité. Il est nécessaire d'avoir un contrôle mutuel entre les trois autorités afin de garantir la protection des droits et des libertés des individus. Les différences dans l'application de ce principe par les pays ont conduit à l'émergence de trois systèmes politiques :

- Le Système présidentiel : séparation absolue des pouvoirs.
- Le Système parlementaire : séparation avec coopération.
- Le Système directorial (conseil) : la dominance de l'autorité législative avec l'émergence de l'autorité exécutive.

3.2 Indépendance de la justice :

Au sens où les décisions judiciaires doivent être impartiales et non soumises à l'influence d'autres autorités (exécutives et législatives), ni à l'influence d'intérêts privés ou politiques, et ne permettre à aucune partie de donner des ordres, des instructions ou des suggestions à l'autorité judiciaire liées

à l'organisation de cette autorité, car cela signifie ne pas porter atteinte à la compétence originale du pouvoir judiciaire, qui est le règlement des litiges.

3.3 Société civile :

Ce principe fait référence à tous les types d'activités volontaires organisées par des groupes (organisations non gouvernementales, organisations à but non lucratif, syndicats, organisations caritatives, organisations religieuses, etc.) autour d'intérêts communs, de valeurs et d'objectifs communs. Ces activités diverses comprennent le but pour lequel la société civile s'engage à fournir des services, ou à influencer les politiques publiques.

3.4 Indépendance des médias :

La mission des médias dans la société est de communiquer vivement avec le public, et l'indépendance de ses moyens le conduit à jouer le rôle d'observateur critique à la fois des forces politiques et économiques et des autorités exécutives dans l'exercice de leurs rôles. Il joue également un rôle décisif en fournissant l'espace social à travers lequel le droit à l'expression est exercé. En effet, l'indépendance des médias signifie également l'engagement envers le professionnalisme qui les oblige à l'intégrité, à l'honnêteté, à l'appartenance à des informations fiables et justes, ainsi qu'à la parole libre, honnête, impartiale avec honnêteté.

3.5 Renforcement des mécanismes de transparence, de surveillance et de responsabilité :

Cela se fait en clarifiant la relation avec les individus demandant le service à travers les procédures de fourniture de services, ainsi qu'en divulguant la politique générale suivie, en particulier les politiques financières. Il exige également de chaque individu à qui certains pouvoirs ont été délégués de répondre à la manière d'agir, ainsi qu'à la manière et à l'endroit où il a utilisé les ressources. Par conséquent, la transparence est l'un des moyens d'assistance dans le processus de responsabilisation et de reddition de comptes, tout comme la responsabilisation ne peut pas avoir lieu de la manière souhaitée et efficace sans pratiquer la transparence et inculquer ses valeurs. La transparence et la responsabilité restent un droit du citoyen envers l'autorité comme l'une des garanties de base pour renforcer la bonne gouvernance et consolider ses valeurs dans la société. Les institutions politiques, économiques et sociales de l'État, publiques et privées, les organisations de la société civile et les organes suprêmes de vérification, de

surveillance et de responsabilité doivent travailler de manière planifiée, réfléchie, cohérente, intégrée et solidaire afin de lutter contre la corruption et d'instaurer les valeurs de transparence, de responsabilité et d'intégrité dans la société.

3.6 Participation communautaire dans la surveillance civile, les droits de l'homme et la citoyenneté :

La participation signifie que chaque individu a un rôle et une opinion dans la prise de décisions qui affectent sa vie, que ce soit directement, ou par l'intermédiaire d'institutions ou d'organisations intermédiaires autorisées par la loi. Dans ce sens, le concept de participation est étroitement lié à une société démocratique, car la participation communautaire à la prise de décision conduit à une diminution de la corruption, en particulier lorsque la société dans son ensemble demande l'adoption d'intégrité, de transparence et l'application des principes de responsabilité, et l'éducation à la citoyenneté et aux droits de l'homme conduit à l'établissement de la justice et de la paix au sein de la société.

Section 02 : La gouvernance et le secteur du tourisme dans le monde.

1 La gouvernance appliquée au secteur du tourisme :

La gouvernance appliquée au tourisme est définie par « the Association of Accredited Public Policy Advocates to the European Union » AALEP comme : « une pratique gouvernementale mesurable, qui vise à diriger efficacement les secteurs du tourisme aux différents niveaux de gouvernement à travers des formes de coordination, de collaboration et/ou de coopération efficaces, transparentes et soumises à la responsabilité, qui aident à atteindre objectifs d'intérêt collectif partagés par les réseaux d'acteurs impliqués dans le secteur, dans le but de développer des solutions et des opportunités à travers des accords basés sur la reconnaissance des interdépendances et des responsabilités partagées »¹⁰⁵. Imaginons cela comme une sorte de danse complexe entre les différentes entités gouvernementales. Chacune joue un rôle spécifique, mais l'idée est de travailler ensemble de manière harmonieuse. La transparence et la responsabilité agissent comme des projecteurs, éclairant le chemin vers des objectifs communs. L'essence de cette pratique réside dans la collaboration active pour développer des solutions

¹⁰⁵ <https://www.aalep.eu/governance-tourism-sector> consulté le 12/01/2024.

et des opportunités. Cela se concrétise à travers des accords qui reconnaissent les liens étroits et les responsabilités partagées entre les acteurs. C'est un peu comme une conversation continue, où chaque participant contribue à la construction d'un ensemble cohérent.

La gouvernance touristique doit jouer un rôle central dans la formulation d'une stratégie de développement. Dans le but de promouvoir un tourisme durable et inclusif mais surtout accessible à tous.

Après avoir revu et analyser différentes interprétations sur le concept de la gouvernance nous proposons pour notre part la définition suivante pour la notion de gouvernance appliquée au secteur du tourisme : « La gouvernance touristique renvoie à l'ensemble des processus, mécanismes et règles misent en place pour assurer une meilleure coordination et collaboration entre les acteurs publics, privés, communautés locales et les organisations non gouvernementales et ce afin de développer, de gérer et de promouvoir un tourisme durable, responsable et équitable tout en procurant une expérience de voyage riche et agréable pour les touristes. »

2 Stratégies efficaces de gouvernance du tourisme pour une gestion durable des destinations.

Développer des stratégies de gouvernance efficaces pour la gestion durable des destinations touristiques l'élaboration de stratégies de gouvernance efficaces est cruciale pour une gestion durable des destinations touristiques. A ce titre, OMT fournit des conseils sur les politiques et les modèles de gouvernance pour soutenir le secteur du tourisme aux niveaux national, régional et local. De telles stratégies devraient être globales et holistiques, visant à mobiliser différentes organisations et intérêts pour garantir la compétitivité et la durabilité des destinations touristiques. Le développement et la gestion des destinations touristiques sont des éléments importants de stratégies de gouvernance efficaces. La gestion des destinations implique une gestion coordonnée de tous les éléments qui composent une destination touristique, ce qui comprend, sans toutefois s'y limiter, la promotion, les services aux visiteurs, la formation et le soutien à l'activité commerciale. Le rôle de l'organisation de gestion de destination (OGD) est de diriger et de coordonner les activités au sein d'une stratégie cohérente pour atteindre cet objectif commun. Une gestion groupée peut permettre d'éviter les chevauchements et les duplications en termes de promotion, de services aux visiteurs, de formation et de soutien à l'activité commerciale, et d'identifier

d'éventuelles déficiences à corriger au niveau de la direction ¹⁰⁶. Selon **Geneviève Clastres**¹⁰⁷, identifier des stratégies de gouvernance pour une gestion durable des destinations nécessite de considérer la question de l'échelle, où situer le niveau de gouvernance, la question des thèmes et des objectifs, et le statut de l'activité touristique. Un travail en profondeur est nécessaire pour prendre en compte toutes les dimensions de la réalité touristique locale, car il existe un écart entre le discours et la réalité en matière de durabilité touristique. L'ère de la durabilité nécessite d'imaginer des séjours plus vertueux et de prendre en compte de nombreuses couches de complexité. De plus, la question de l'accès est fondamentale pour développer des stratégies de gouvernance efficaces pour une gestion durable des destinations, car chaque être est le touriste de l'autre, ce qui rend difficile la catalyse des opinions et des chapeaux. Ainsi, l'établissement d'une gouvernance ouverte et bienveillante est essentiel pour parvenir à la durabilité du tourisme.

3 Analyse de Certains modèles de La gouvernance du secteur du tourisme dans le monde

3.1 La gouvernance touristique aux Emirats Arabes Unis ¹⁰⁸

Les Émirats arabes unis sont composés de sept émirats : Abu Dhabi, Ajman, Dubaï, Sharjah, Fujairah, Umm al-Qaiwain et Ras al-Khaimah. Les autorités fédérales et les différents émirats partagent la responsabilité de la gouvernance, de la législation et de l'administration. Les économies combinées d'Abu Dhabi et de Dubaï contribuent à plus de 85 % du PIB du pays. L'industrie pétrolière et gazière représente environ 30 % du PIB des Émirats arabes unis, 41 % des recettes publiques et 26 % des exportations de marchandises (hors réexportations). Par conséquent, le gouvernement reste déterminé à donner la priorité à la diversification économique.

Les Émirats arabes unis (EAU) ont connu une croissance économique exceptionnelle au cours des dernières décennies, passant d'une économie principalement pétrolière à une économie diversifiée et compétitive. Cette

¹⁰⁶ *Politique et gestion de la destination*. consulté le 8 février 2024, depuis www.unwto.org/fr/politique-et-gestion-de-la-destination

¹⁰⁷ **Geneviève Clastres**, Sixième édition des « Têtes chercheuses d'Occitanie » : *La gouvernance du tourisme pour un tourisme en transition*, Publié le 20 septembre 2021. consulté le 8 février 2024, depuis www.voyageons-autrement.com

¹⁰⁸ https://www.wto.org/french/tratop_f/tpr_f/s423_sum_f.pdf p01

transformation est le fruit d'une stratégie de développement à long terme, qui a été mise en œuvre par le gouvernement fédéral et les autorités locales.

La première phase de cette stratégie, le Programme national Vision à l'horizon 2021, a été achevée en 2021. Ce programme avait pour objectif de faire des EAU un pays prospère et développé, avec une économie diversifiée et une population bien éduquée.

La deuxième phase de la stratégie, le Plan Centenaire 2071 des Émirats arabes unis, a été lancée en 2020. Ce plan a pour ambition de faire des EAU un pays leader mondial, avec une économie du savoir forte et une société prospère et inclusive.

Les deux stratégies des EAU sont centrées sur la transformation du pays en une économie fondée sur le savoir. Cela passe par l'accroissement de la productivité, l'amélioration de la compétitivité des entreprises nationales et l'investissement dans les secteurs des technologies de pointe.

Dans le cadre de ces initiatives, les EAU ont adopté une série de mesures visant à renforcer l'État de droit, à moderniser l'environnement économique et à ouvrir leurs portes aux investissements étrangers.

Ces efforts ont permis de faire progresser la position des EAU dans les classements liés à plusieurs indicateurs mondiaux et régionaux, comme ceux portant sur la facilité de faire des affaires, les compétences et la stabilité financières et la capacité d'attirer l'IDE (investissement direct étranger)

3.1.1 Gouvernance et Stratégie touristique adoptée aux E.A.U

3.1.1.1 La stratégie nationale du tourisme à l'horizon 2031¹⁰⁹ :

Il s'agit d'une des initiatives phares des projets des 50. Elle vise à développer le secteur du tourisme aux Émirats arabes unis et à en faire une des premières destinations touristiques dans le monde.

La stratégie s'articule autour de quatre principaux piliers à savoir:

- Renforcer l'identité touristique nationale : la stratégie vise à promouvoir la culture et les traditions des Émirats arabes unis en tant que partie intégrante de l'expérience touristique. Nous citons comme exemple le Musée du Louvre Abu Dhabi
- Développer et diversifier les produits touristiques spécialisés : la stratégie vise à proposer une gamme de produits touristiques diversifiés, adaptés aux

¹⁰⁹ The United Arab Emirates 'Government portal, <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/uae-tourism-strategy-2031> consulté le 22/01/2024

besoins des différents segments de la clientèle. Tel que le Parc aquatique Yas Waterworld

- Renforcer les capacités touristiques et encourager l'entrée des talents nationaux : la stratégie vise à former et à qualifier les aptitudes nationales pour répondre aux besoins du secteur du tourisme.
- Augmenter les investissements dans les différents secteurs du tourisme : la stratégie vise à attirer des investissements étrangers et locaux pour soutenir le développement du secteur du tourisme.

Afin d'atteindre ses objectifs, la stratégie met en œuvre un total de 25 politiques et initiatives. Parmi les initiatives les plus cruciales figurent :

- La création d'une nouvelle marque touristique pour le pays.
- Le lancement d'une campagne mondiale de promotion du tourisme, visant à attirer le plus possible de touristes internationaux.
- La création de nouvelles infrastructures et installations touristiques, notamment des hôtels, des centres de conférence et des parcs d'attractions.
- Encourager et promouvoir le tourisme interne du pays.

La stratégie nationale du tourisme à l'horizon 2031, est un projet ambitieux qui a pour principale but de positionner les Émirats arabes unis comme une destination touristique internationale de premier plan. Cette initiative recèle un immense potentiel pour stimuler une croissance économique substantielle en générant des revenus considérables et en offrant des opportunités d'emploi aux citoyens et aux résidents des Émirats arabes unis.

3.1.1.2 La stratégie du tourisme intérieur des Emirats arabes unis :

L'objectif de la stratégie du tourisme intérieur des Émirats arabes unis est d'établir un cadre touristique complet englobant les sept émirats, en collaboration avec les entités locales et fédérales. Cette stratégie vise également à renforcer l'importance du tourisme intérieur dans le renforcement de l'économie nationale. Conformément à la stratégie, il y aura un effort concerté pour mettre en valeur les principaux monuments naturels, culturels, patrimoniaux et historiques de l'État.

Le gouvernement des Émirats arabes unis a lancé la stratégie du tourisme intérieur en décembre 2020 pour établir un système touristique complet dans l'ensemble de l'État. Cette stratégie se concentre sur la coordination des activités touristiques locales entre les sept émirats, en partenariat avec de nombreuses institutions, ainsi qu'avec des organisations locales et fédérales impliquées dans les secteurs du tourisme, du patrimoine, de la culture et du divertissement communautaire. L'objectif ultime est d'améliorer la contribution du tourisme intérieur à l'économie nationale.

Comme nous l'avons cité au préalable, dans le premier chapitre, en 2019, la contribution du tourisme intérieur à l'économie nationale s'élevait à 41,2 milliards de dirhams, et la part du tourisme intérieur représentait environ 23 % des recettes totales du secteur touristique de l'État, contre 77 % pour le tourisme international. La stratégie du tourisme intérieur vise donc à outrepasser ce chiffre et à changer les proportions pour atteindre un équilibre plus important entre le tourisme intérieur et international d'ici 2030.

Selon cette stratégie, le gouvernement coordonnera les efforts pour mettre en lumière les principales attractions de l'État, naturelles, culturelles, patrimoniales et historiques, pour enquêter sur les intérêts et les aspirations des gens, afin de réunir des données et contrôler les saisons de pointe et les points d'attraction essentiels, pour mener des études sur le terrain et les exploiter pour développer le produit touristique localement et au niveau fédéral, et pour lancer des campagnes touristiques et des initiatives promotionnelles tout au long de l'année.

Dans un geste sans précédent, le gouvernement a lancé en 2020 la campagne « Le plus bel hiver du monde », marquant la première fois qu'une telle initiative est entreprise au niveau national. Cette campagne s'inscrit dans une vision globale visant à promouvoir les efforts de tourisme collaboratif, impliquant diverses institutions et parties prenantes des secteurs du tourisme, du patrimoine et de la culture à travers les Émirats. Elle a duré 45 jours, ciblant principalement la communauté locale des Émirats arabes unis, dans le but de stimuler le tourisme intérieur pendant la saison hivernale. Cette période de l'année offre une occasion unique d'explorer les merveilles naturelles, les paysages géographiques et le riche patrimoine du pays. Encourageant la participation active des individus à se lancer dans des aventures touristiques passionnantes, à découvrir les trésors cachés de leur pays, à forger un lien plus profond avec la terre, à s'immerger dans la nature et à capturer et partager leurs expériences sur les plateformes de médias sociaux pour toucher un public plus large.

Cette stratégie définit un ensemble d'outils pour atteindre ses objectifs, notamment¹¹⁰ :

- Construire les capacités touristiques et répartir les ressources de manière à contribuer à l'amélioration du système touristique dans chaque émirat.

¹¹⁰ The United Arab Emirates 'Government portal, <https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism> consulté le 22/01/2024

- Soutenir la croissance des entreprises de tourisme intérieur et leur fournir toutes les facilités nécessaires.
- Encourager les investissements liés aux projets touristiques intérieurs.
- Développer des politiques, programmes et plans de promotion conjoints du tourisme intérieur entre les différents émirats de l'État, conformément à l'identité touristique unifiée.
- Créer des programmes académiques et de formation dans le domaine du tourisme intérieur et former des cadres qualifiés dans ce secteur vital.
- Coordonner les législations touristiques locales et conclure des partenariats entre différentes institutions opérant dans le domaine du tourisme entre les secteurs public et privé.
- Inviter le secteur hôtelier et les entreprises touristiques à proposer des offres promotionnelles aux gens pour encourager le tourisme intérieur dans les différents émirats de l'État.
- Créer un site Web unifié pour le tourisme intérieur aux Émirats arabes unis.

Parallèlement à la stratégie, le gouvernement a annoncé l'identité touristique unifiée de l'État, qui s'inscrit dans le cadre d'une vision visant à consolider l'image de l'État comme destination touristique, régionale et internationale, et à partager l'histoire inspirante des Émirats arabes unis avec le monde.

3.2 La gouvernance du secteur du tourisme en France

Comme nous l'avons vue dans le premier chapitre, le tourisme en France, secteur autrefois florissant, a subi des secousses considérables. Avant la pandémie de COVID-19, il était un pilier robuste de l'économie, représentant une part significative du PIB à hauteur de 7.5 % en 2019. Les dépenses liées au tourisme, qu'elles proviennent des résidents français ou des visiteurs étrangers, témoignent de son impact crucial sur les flux financiers nationaux.

Cependant, l'irruption de la pandémie a propulsé le secteur du tourisme dans un abîme d'incertitude. En 2020, le PIB du tourisme a chuté de manière vertigineuse, enregistrant une baisse spectaculaire de 34 % pour atteindre 114.5 milliards d'euros. Cette dégringolade a eu des répercussions massives, faisant vaciller l'équilibre économique préétabli. L'emploi, bien que moins impacté que le PIB, a également subi des contrecoups déchirants. Pas moins de 155 764 emplois ont été engloutis dans la tourmente, laissant une empreinte d'incertitude dans le paysage professionnel.

3.2.1 Le financement et la gouvernance du secteur du tourisme en France :¹¹¹

La gouvernance publique du tourisme implique activement toutes les collectivités territoriales, créant ainsi une toile complexe d'initiatives et de collaborations. À l'échelle régionale, le conseil régional, avec l'appui du comité régional du tourisme, joue un rôle central en coordonnant les actions, tant publiques que privées, dans les domaines du développement, de la promotion et de l'information touristiques, y compris sur les marchés étrangers. La collecte, le traitement et la diffusion des données liées à l'activité touristique régionale sont également de sa responsabilité, ajoutant une dimension stratégique à ses missions.

Au niveau départemental, le conseil départemental peut mettre en place un comité départemental du tourisme, ayant pour mission d'organiser l'offre touristique locale et de soutenir les acteurs de la filière. Cette décentralisation vers les départements permet une adaptation plus fine aux spécificités locales, contribuant ainsi à la diversité des approches dans le domaine touristique. De plus, les communes elles-mêmes ont la possibilité de formuler des politiques touristiques, générant ainsi une mosaïque de stratégies au niveau local.

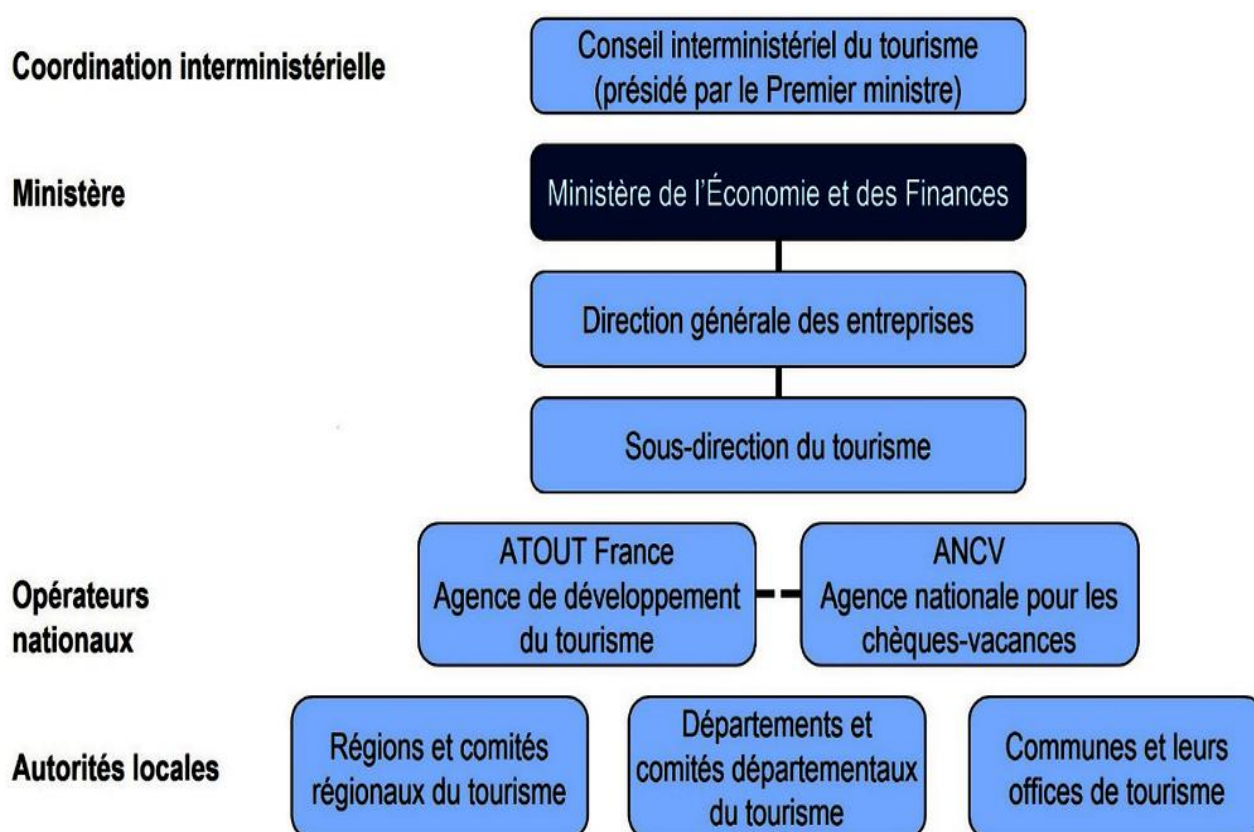
Jusqu'en 2022, un Conseil interministériel du tourisme se réunissait régulièrement, orchestré par le Premier ministre et réunissant des ministres concernés, des élus et des professionnels du secteur. Ces rencontres, axées sur d'importants thèmes de discussion, définissaient la feuille de route gouvernementale en matière de tourisme. En 2020, en vue d'améliorer la coordination entre les sphères publique et privée du tourisme, le Conseil interministériel a instauré un Comité du tourisme. Cette nouvelle entité, composée de près de 300 membres professionnels et autorités publiques, favorise la concertation dans une perspective de co-construction des politiques du tourisme. Notamment, durant la crise liée au COVID-19, ce comité a été un vecteur crucial, attirant l'attention sur les préoccupations des professionnels et contribuant à l'amélioration des mesures de soutien en faveur du secteur.

L'engagement financier global de l'État en faveur du tourisme atteint la somme substantielle de 7.5 milliards EUR, englobant les dépenses des différents

¹¹¹ OCDE (2022), Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2022, <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0aa9828-fr/1/3/4/3/index.html?itemId=/content/publication/d0aa9828-fr&csp=c3a4944c6cd4c571d6015e153d7d4811&itemGO=oecd&itemContentType=book> consulté le 08/01/2024
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0aa9828-fr/1/3/4/3/index.html?itemId=/content/publication/d0aa9828-fr&csp=c3a4944c6cd4c571d6015e153d7d4811&itemGO=oecd&itemContentType=book#component-d1e17912-9bb16aa67b>

ministères, dont le ministère de la Culture. Les dotations aux comités régionaux du tourisme s'élèvent à plus de 120 millions EUR, tandis que celles des comités départementaux du tourisme atteignent 230 millions EUR, reflétant ainsi l'ampleur des investissements pour soutenir la vitalité et la diversité du tourisme à travers le pays.

Figure 10: l'organisation des organismes du tourisme en France



Source : OCDE (2022), Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2022, https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0aa9828-fr/1/3/4/3/index.html?itemId=/content/publication/d0aa9828-fr&_csp_=c3a4944c6cd4c571d6015e153d7d4811&itemIGO=oecd&itemContentType=book consulté le 08/01/2024

3.2.2 Les stratégies et politiques liées au tourisme¹¹² :

En réponse à la crise du COVID-19, la France a mis en œuvre une gamme complète de mesures de soutien destinées à toutes les industries, avec un accent particulier sur le secteur du tourisme. La mise en place de fonds de solidarité, de subventions pour couvrir les dépenses fixes, de dispositifs d'activité partielle et de prêts garantis par l'État, pour un montant total de 36 milliards d'euros, ont

¹¹² OCDE (2022), Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE 2022, op-cit

contribué à protéger les emplois et à sauvegarder les atouts inestimables du secteur touristique.

Dans un effort synchronisé, la France a dévoilé une stratégie globale pour relancer son industrie touristique, qui devrait démarrer en mai 2020. Le plan englobe une série d'initiatives conçues pour encourager les investissements, en particulier dans les secteurs de l'hôtellerie et de la restauration, ainsi que du tourisme d'affaires et de l'événementiel. Une enveloppe substantielle de 100 millions d'euros a été consacrée à l'avancement et à la transformation écologique des classements d'hébergement. Le plan met notamment l'accent sur la promotion de la durabilité et l'exploitation de la puissance des technologies numériques.

Les principaux efforts portent sur l'amélioration du calibre et du cadre de l'offre touristique, le soutien du gouvernement aux investissements, aux formations et aux opportunités d'emploi, l'aide au progrès numérique et la consolidation des informations pour simplifier l'accès aux vacances inclusives. L'initiative « Montagnes du futur » a été lancée par la France en mai 2021, visant à établir une industrie du tourisme de montagne durable et résiliente. Le plan s'articule autour de la diversification de l'offre touristique, de la transition vers des pratiques écologiques et de la revitalisation de l'immobilier de loisirs. Pour soutenir cette démarche, un investissement financier important de plus de 640 millions d'euros a été promis, dont la création du fonds Avenir montagne doté d'un budget de 331 millions d'euros. Cette initiative devrait ainsi attirer environ 1,8 milliard d'euros d'investissements.

Dans les derniers mois de l'année 2021, la mise en œuvre de l'initiative « Destination France » a débuté, mobilisant une somme substantielle de près de 2 milliards d'euros. Ce plan global sert de base aux futures politiques touristiques au cours de la prochaine décennie. Ses principaux objectifs sont d'attirer et de reconquérir des talents à travers une vaste campagne de communication, de consolider la résilience du secteur, de mettre en valeur les atouts touristiques du pays, de relever les défis posés par la transformation en faveur du tourisme durable et de promouvoir la France comme destination de choix. Pour atteindre ces objectifs, des aides financières spécifiques seront apportées, avec un accent particulier sur les grands événements, les efforts de digitalisation et la mise en place du fonds « Destination France », qui facilitera le développement des ressources touristiques.

Section 03 : La gouvernance du secteur du tourisme en Algérie.

1 Les principales institutions et administrations du secteur du tourisme en Algérie

1.1 Le Ministère du tourisme et de l'artisanat :

C'est l'administration centrale chargée du tourisme et de l'artisanat. Le ministère est notamment chargé de :

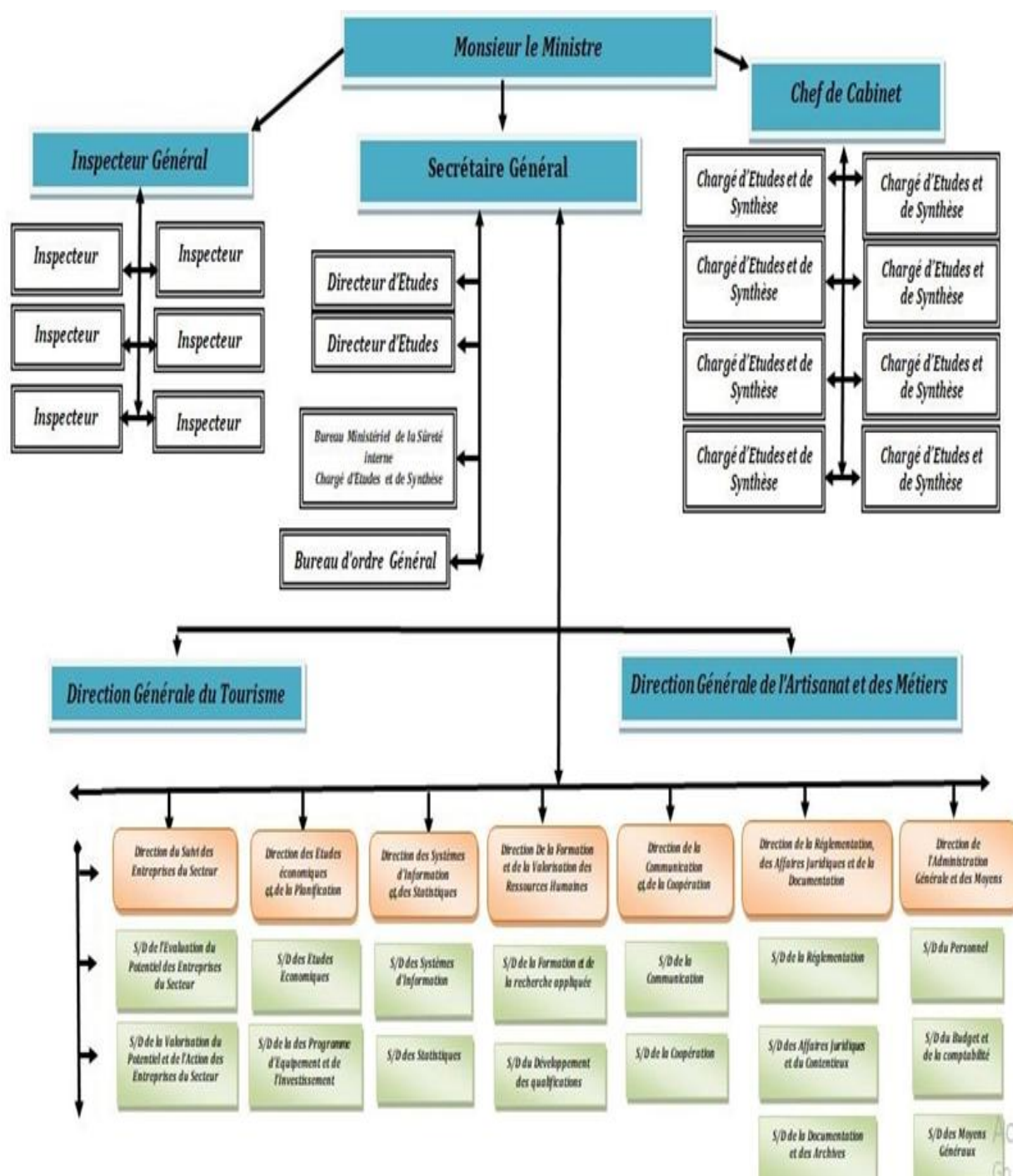
Sur le plan touristique :

- Élaboration, mise en place et évaluation de plans de développement touristique.
- Réalisation d'études et d'enquêtes pour le développement touristique aux niveaux national et local.
- Élaboration de projets de lois et soutien organisationnel pour les activités touristiques, et garantie de leur application.
- Encadrement et accompagnement des acteurs du secteur du tourisme pour assurer le respect et l'application de la réglementation en vigueur.
- Gestion, contrôle et évaluation des ressources nécessaires aux services relevant du secteur.
- Élaboration et gestion des stratégies de formation en hôtellerie et tourisme.
- Encadrement des établissements de formation relevant du Ministère du Tourisme.
- Établissement et renforcement des relations dans le cadre de la coopération bilatérale et avec les organisations spécialisées.

- Sur le plan artisanat :

- Élaboration et mise en œuvre de la stratégie de développement du secteur de l'artisanat, en lien avec le tourisme de savoir-faire.
- Animation économique des entreprises artisanales pour favoriser leur développement et leur compétitivité.
- Réalisation de sondages, recherches et statistiques au niveau national et local pour appuyer le secteur de l'artisanat.
- Élaboration et mise en pratique de programmes d'action dans le cadre de la coopération internationale pour contribuer au développement du secteur.
- Soutien et suivi des activités des chambres d'artisanat et des métiers.
- Valorisation des métiers de l'artisanat et réanimation des vieux métiers d'art, en lien avec le tourisme de savoir-faire.

Figure 11: l'organigramme du ministère du tourisme et de l'artisanat.



Source : <https://www.mta.gov.dz/organigramme> consulté le 30/10/2023

Outre, il existe d'autres organismes et structures administratives décentralisés qui ont pour but de gérer certains services publics aux niveaux national ou local, nous citerons :

1.2 La direction du tourisme et de l'artisanat :

Selon les dispositions du décret exécutif n°10-257 du 20 octobre 2010, notamment l'article 2, la Direction du Tourisme et de l'Artisanat susvisée est chargée des missions suivantes :

- Initier toutes les mesures susceptibles de créer un environnement approprié et stimulantes pour le développement des activités touristiques ;
- Suivi de la conformité des activités touristiques avec les normes de gestion et les règles d'exercice des activités touristiques ;
- Contribuer à l'amélioration des services touristiques, notamment ceux liés à l'hygiène, la protection de la santé et la sécurité ;
- Direction et suivi, en coordination avec les instances concernées, des projets d'investissement touristique ;
- Intégrer les activités touristiques dans les outils de développement régional et d'urbanisation et de valorisation des sites touristiques ;
- Assurer le développement durable du tourisme local par la promotion de l'écotourisme, du tourisme culturel et historique ;
- Collecter, analyser et diffuser des informations et des données statistiques sur les activités touristiques et préparer des cartes et des documents liés au tourisme et aux capacités sanitaires locales ;
- Favoriser l'émergence de demandes touristiques diversifiées et de qualité, ainsi que promouvoir et commercialiser les produits touristiques locaux ;
- Soutenir et développer les activités des commerçants, organismes et associations impliqués dans le tourisme et les bains minéraux ;
- Veiller à ce que les besoins et les aspirations des citoyens soient satisfaits dans le domaine du tourisme, des loisirs et des divertissements ;
- Assurer l'exécution du budget de fonctionnement et d'équipement.

Mais elle est notamment chargée dans le domaine du tourisme de :¹¹³

- De mettre en œuvre les programmes et mesures de promotion et de développement des activités de tourisme et du thermalisme et d'en évaluer les résultats.
- De soutenir et d'animer l'action des opérateurs, organismes et associations intervenant dans le tourisme et le thermalisme.
- De participer à l'élaboration des plans et études de développement, de valorisation et de préservation des ressources touristiques et thermales et de suivre ou de contrôler les actions portant sur l'aménagement et l'exploitation des sites et zones d'expansion touristiques et des sources thermales.
- De veiller en relation avec les services extérieurs concernés, au respect des lois, règlements, normes et procédures régissant les activités et l'exercice des professions touristique et hôtelières.

¹¹³ Hachemi MADOUCE, Le tourisme en Algérie jeu et enjeux Edition HOUMA, Alger 2003. PP 15-20

- De procéder aux contrôles réglementaires et de prendre ou proposer toutes mesures visant l'amélioration de la qualité des produits et des prestations de services offerts par les opérateurs touristiques et les établissements liés au tourisme et à l'hôtellerie.
- D'instruire les demandes de classement, d'agrément ou de concession présentées par les opérateurs exerçant dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et du thermalisme et de délivrer, le cas échéant, les autorisations y afférentes.
- De collecter, analyser et de diffuser les informations et données statistiques sur les activités touristiques et d'élaborer les fichiers et documents relatifs aux potentialités touristique et thermale.

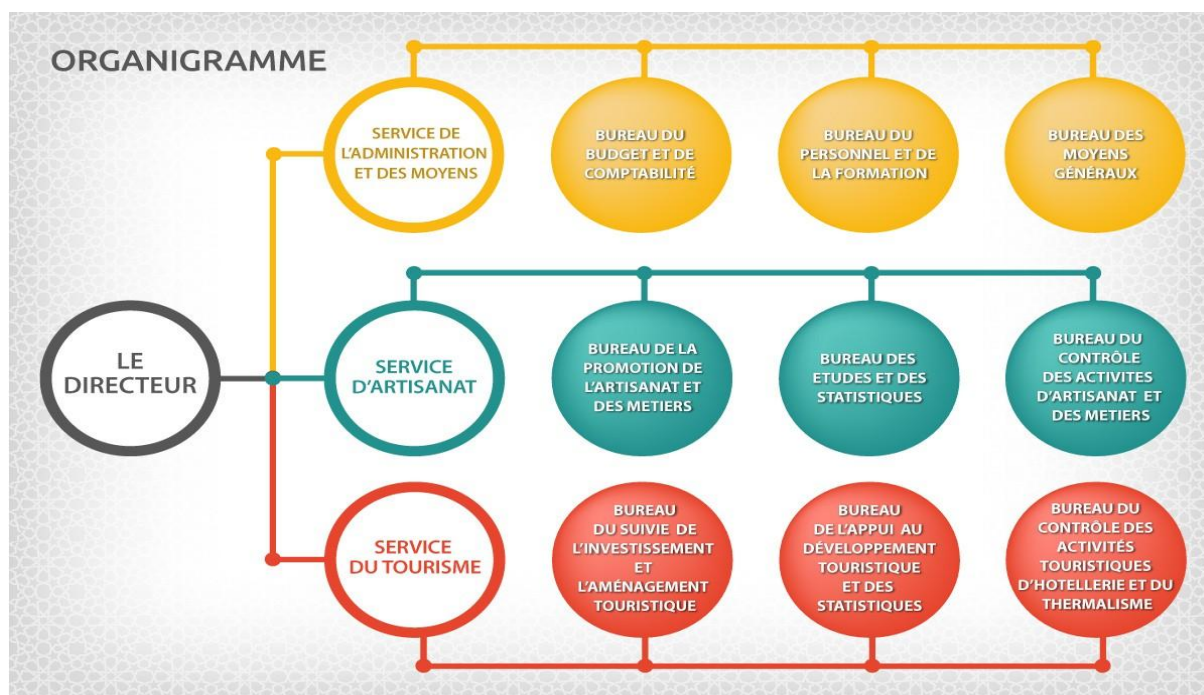
Et dans le domaine de l'artisanat : ¹¹⁴

- Préparation d'un plan de travail annuel et pluriannuel lié au développement des activités de l'industrie traditionnelle ;
- Initier toute mesure susceptible de créer une atmosphère propice au développement durable de l'activité de l'industrie traditionnelle ;
- Contribuer à la protection, la préservation et la réhabilitation du patrimoine de l'industrie traditionnelle ;
- Assurer l'application et le respect des lois, règlements, normes et modèles liés à la qualité dans le domaine de la production et étudier les activités de l'artisanat ;
- Participation au suivi de la mise en œuvre des opérations d'appui au titre du Fonds National de Promotion des Activités des Industries Traditionnelles ;
- Participation à la préparation et à la mise en œuvre du financement des activités industrielles traditionnelles dans les fonds du sud et des hauts plateaux ;
- Participation aux efforts d'intégration des activités industrielles traditionnelles dans le système économique local ;
- Renforcer et dynamiser le travail des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires actifs dans le domaine de l'artisanat ;
- Initier des enquêtes et des études de nature technique, économique et sociale liées à l'évaluation des activités artisanales ;

¹¹⁴ Article 2 : Décret exécutif n° 10-257 du 12 Dhou El Kaada 1431 correspondant au 20 octobre 2010 portant création des services extérieurs du ministère du tourisme et de l'artisanat et fixant leurs missions et organisation.

- Collecter des informations et des données statistiques dans le domaine de l'industrie traditionnelle et assurer leur diffusion ;
- Organisation d'événements économiques pour promouvoir et redynamiser l'industrie et l'artisanat traditionnels

Figure 12: organigramme de la direction du tourisme et de l'artisanat



Source : direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Mostaganem

1.3 L'agence nationale de développement du tourisme ANDT :

L'ANDT Est un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), qui est Organisée en trois (03) Directions et deux (02) Annexes, La Direction de l'Administration et des Moyens (DAM), La Direction des Finances et de la Comptabilité (DFC), La Direction Technique et Commerciale (DTC), L'Annexe Régionale Nord-Est (Annaba) créée en Février 2009, L'Annexe Régionale Nord-Ouest (Aïn Témouchent) créée en Février 2012, L'ANDT compte un effectif de 179 employés.¹¹⁵

L'agence a été créée en 1998 ; par un décret exécutif N°98-70 daté le 21 Février 1998; jouissant de la personnalité morale et de l'autonomie financière, elle a pour mission¹¹⁶ :

- Protéger et préserver les zones d'expansion et sites touristiques « ZEST » ;
- Pratiquer le droit de préemption, sur tout immeuble ou construction situé au sein de la zone d'expansion et touristiques ;

¹¹⁵ <https://andt-dz.netlify.app/> consulté le 31/10/2023

¹¹⁶ Journal officiel N°11 du 01 Mars 1998 relatif au Décret Exécutif N°98-70

- Etablir des cahiers des charges pour mettre en exergue les droits et obligations des intervenants dans le domaine touristique ;
- Veiller au respect des plans d'aménagement et règlements d'urbanisme des zones d'expansion et sites touristiques ;
- Gérer et actualiser la banque des données y afférente au domaine touristique à l'instar; des investisseurs touristiques ; des infrastructures de base ;
- Procéder à la viabilisation des terrains dans le cadre de sa mission primordiale de promotion de l'investissement touristique.

Cette institution a été dissoute par le biais du décret exécutif n° 23-489 du 15 Joumada Ethania 1445 correspondant au 28 décembre 2023 portant la création, l'organisation et le fonctionnement de l'agence nationale du foncier touristique. Cette dissolution engendre le transfert de l'ensemble de ses biens, droits, obligations et personnels à l'Agence nationale du foncier touristique.

1.4 L'agence nationale du foncier touristique (ANFT) ¹¹⁷ :

L'agence nationale du foncier touristique « A.N.F.T » et désignée « l'Agence », est un établissement public à caractère industriel et commercial, dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. L'ANFT est régie par les règles applicables à l'administration dans ses relations avec l'Etat et réputée commerçante dans ses relations avec les tiers.

Elle est placée sous la tutelle du ministre chargé du tourisme.et son siège est fixé à Alger.

L'Agence a pour principales missions conformément à la législation en vigueur :

- L'aménagement et le raccordement intérieur aux voies et réseaux divers, pour le compte de l'Etat, du foncier touristique relevant du domaine privé de l'Etat situé à l'intérieur des zones d'expansion et sites touristiques, destiné à la réalisation de projets d'investissement ;
- De veiller au raccordement extérieur aux voies et réseaux divers des zones d'expansion et sites touristiques, en coordination avec les secteurs concernés conformément à la réglementation en vigueur ;
- L'élaboration de divers instruments d'urbanisme liés à l'aménagement touristique;
- De déterminer et de délimiter les limites des zones d'expansion et sites touristiques et de les réhabiliter, en concertation avec l'Agence algérienne de la promotion de l'investissement ;
- La gestion, l'exploitation, la surveillance et l'entretien des espaces communs des zones d'expansion et sites touristiques, conformément à la réglementation en vigueur ;

¹¹⁷ Décret exécutif n° 23-489 du 15 Joumada Ethania 1445 correspondant au 28 décembre 2023 portant création, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale du foncier touristique.

- La tenue et la mise à jour du fichier relatif au foncier touristique et aux opérateurs économiques installés au niveau des zones d'expansion et sites touristiques ;
- La sauvegarde et la préservation du foncier touristique dont elle assure la gestion des espaces communs.

Dans le cadre de l'aménagement du foncier économique, l'Agence peut entreprendre des opérations d'aménagement et de raccordement intérieur aux voies et réseaux divers pour les terrains appartenant au domaine national public et ceux appartenant aux particuliers, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur.

1.4.1 Organisation et fonctionnement de l'ANFT :

L'agence est dirigée par directeur général mais elle est administrée par un conseil d'administration présidé par le représentant du ministre chargé du tourisme et composé de :

- De deux (2) représentants du ministre des finances (direction générale du domaine nationale et direction générale du budget) ;
- D'un représentant du ministre de l'intérieur, des collectivités locales et de l'aménagement du territoire ;
- D'un représentant du ministre chargé de l'énergie ;
- D'un représentant du ministre chargé des travaux publics ;
- D'un représentant du ministre chargé de l'industrie ;
- D'un représentant du ministre chargé de l'urbanisme ;
- D'un représentant du ministre chargé de l'environnement ;
- D'un représentant du ministre chargé de la culture ;
- D'un représentant du ministre chargé de l'hydraulique ;
- D'un représentant de l'Agence algérienne de promotion de l'investissement.

Le directeur général assiste aux réunions du conseil avec voix consultative. Le conseil d'administration peut faire appel à toute personne dont l'expertise ou la contribution s'avère nécessaire pour ses travaux.

Les membres cités ci-dessus sont nommés par arrêté du ministre chargé du tourisme pour une durée de trois (3) années renouvelable, sur proposition des autorités dont ils relèvent.

1.5 L'office national du tourisme (ONT)

Crée en 1988 par le Décret n°88-214 et vient en suit le décret exécutif n°92-402 du 31 octobre 1992 afin de modifier et de compléter le décret n°88-214 du 31 octobre 1988 portant création et organisation de l'Office national du tourisme.

L'ONT a pour principale mission la conception et de la mise en œuvre de la promotion du tourisme Algérien (voyages de presse, salons...), du marketing et des relations publiques. Il édite de très belles brochures sur les différentes régions touristiques du pays et sur les différents types de tourisme qui existent en Algérie.

Selon le décret n° 92-402 du 31 octobre 1992, l'ONT est chargé :

- De réaliser ou de faire réaliser toute étude générale ou spécifique liée à son objet.
- De réunir, d'analyser et d'exploiter les informations et statistiques relatives à la promotion du tourisme, et en particulier d'évaluer les performances et résultats des opérations initiées.
- D'engager toute recherche ou étude en vue d'appréhender les mécanismes et mouvements du marché touristique interne et externe.
- de participer à la promotion du tourisme et de suivre les actions menées en la matière.
- De participer aux manifestations internationales relatives au tourisme, au climatisme et au thermalisme.
- D'animer et de développer les échanges avec les institutions et organisme extérieurs dans le domaine de la promotion touristique.

L'office met à la disposition des citoyens et des touristes un site web (<https://ont.dz>) très riche et varié pouvant les orienter dans l'organisation d'un séjour.

1.6 Les offices locaux du tourisme

Selon le décret N° 85-15 du 26 janvier 1985, les Offices Locaux du Tourisme sont des associations ayant pour mission de favoriser le développement du tourisme au sein d'une commune en mettant en valeur ses richesses naturelles, historiques, culturelles, et artistiques. Leurs responsabilités comprennent notamment la promotion des activités touristiques, l'information des touristes, l'organisation de visites, la proposition des services de guides locaux, la mise à disposition du public de documents informatifs et promotionnels, la contribution à la protection des sites touristiques, et la participation à l'animation locale ainsi qu'à des échanges avec les offices de tourisme nationaux et étrangers.¹¹⁸

¹¹⁸ Hachemi Madouche : op cit. P 19

1.7 L'office national Algérien du tourisme (ONAT) :

L'ONAT est une agence publique de voyages et de tourisme, a été créée dès l'indépendance de l'Algérie et a joué un rôle essentiel dans différentes missions allant des études touristiques à l'aménagement du territoire, en passant par la construction et la gestion d'hôtels. Depuis 1983, suite à diverses restructurations, elle a évolué vers un rôle de tour-opérateur, assumant les missions traditionnelles d'une agence de voyages, notamment l'animation, la production et l'information touristique, l'organisation d'excursions à l'échelle nationale et internationale, la vente de billets aériens et maritimes, la location de véhicules, ainsi que la création et la vente de divers supports touristiques.

1.8 La chambre nationale de l'artisanat et des métiers (les chambres de wilayas) CAM

Elle a été créée par le Décret Exécutif n°323/09 du 11 octobre 2009 modifiant et complétant le Décret Exécutif n°100 du 29 mars 1997, qui définit l'organisation et le fonctionnement des Chambres de l'Artisanat et des métiers.

Les Chambres de l'Artisanat et des métiers sont des établissements publics à caractère industriel et commercial jouissant de la personnalité juridique et de l'indépendance financière.

Elles ont pour principales missions :

- Tenue et gestion du registre de l'artisanat traditionnelle et des métiers ;
- Mise à niveau et développement du secteur de l'artisanat et des métiers ;
- Représente et fournit aux pouvoirs publics et aux autorités étatiques et nationales des informations et des propositions liées à l'artisanat et métiers ;
- Organise et participe à des expositions ;
- Formation et réhabilitation d'artisans pour relancer et préserver l'artisanat traditionnelle, notamment l'artisanat en voie de disparitions.

1.9 L'Agence Nationale de l'Artisanat Traditionnel (ANART) :

Créée en 1992, L'ANART est un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité juridique et de l'autonomie financière, dont la mission est d'Organiser et d'assurer la protection du patrimoine national, la prospérité et le développement de toutes les activités artisanales qui s'y rattachent. Promouvoir elle a aussi pour mission la préservation et le développement de l'artisanat et des arts traditionnels. Soumise à la réglementation gouvernementale

en relation avec l'État et entretient également des relations commerciales avec des tiers. Elle suit également les règles du droit commercial dans la vie sociale¹¹⁹.

1.10 Les écoles de formation¹²⁰

Le tourisme, en tant qu'activité transversale, repose sur tous les secteurs, mais deux éléments demeurent cruciaux : une ressource humaine hautement qualifiée et l'utilisation des technologies. Les besoins en formation en management touristique, notamment pour les hôtels et les agences de voyages, sont considérables. Cette demande augmentera encore davantage dans les années à venir avec les investissements hôteliers en cours initiés par les pouvoirs publics. Il ne suffira pas seulement de répondre à la demande quantitativement, mais surtout qualitativement, en adaptant les programmes de formation aux exigences technologiques actuelles et futures.

Ainsi, la mission principale des écoles de tourisme et des instituts est de développer des formations en réponse aux besoins des opérateurs, afin d'homogénéiser la demande par type de produit. Selon Hachemi MADOUCE et des informations recueillies auprès de la direction du tourisme et de l'artisanat de Tlemcen, de l'école nationale supérieure du tourisme, et du ministère du tourisme et de l'artisanat, le tableau suivant présente les établissements de formation existants dans le domaine du tourisme en Algérie.

Tableau 2: Liste des écoles et instituts de formation publiques en Algérie

Instituts – écoles	Capacités	Niveaux et disciplines de Formation
Institut de Bou-Saada	300	Techniciens en Réception-Restoration et cuisine
Institut de Tizi-Ouzou	300	Technicien supérieurs en Réception-Restoration-Cuisine-Pâtisserie-

¹¹⁹ Adel, F. Z., & GUENDOUZ, A.. LA GOUVERNANCE DES POLITIQUES PUBLIQUES EN FAVEUR DE L'ARTISANAT EN ALGÉRIE, ESSAI D'ANALYSE SUR LA LONGUE PÉRIODE. *L'Harmattan*. « *Marché et organisations* », 03 (24), 2015, pp. 103-125. P113.

¹²⁰ Ould Said Mohammed, op cit p 54

		Administration hôtelière et Tourisme
Institut de Tlemcen	80	Techniciens supérieurs en Hôtellerie-Tourisme-Artisanat.
Ecole nationale supérieure du tourisme	200	Licence ou équivalent en licence de gestion hôtelière et touristique.

Source: OuldSaid Mohammed, op cit P 54.

2 Politiques et stratégies liées au tourisme

2.1 Le schéma directeur d'aménagement du territoire « SNAT 2030 »¹²¹ :

La loi 02-01 de 2001 a prévu l'élaboration d'un Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT) pour l'Algérie. Ce schéma est un document stratégique qui définit les orientations de l'aménagement du territoire pour les vingt prochaines années, soit jusqu'en 2030.

Le SNAT est mis en œuvre par des Schémas Directeurs des Grandes Infrastructures et des Services Collectifs d'Intérêt National (SDGISCIN). Ces schémas sont des documents techniques qui précisent les modalités de mise en œuvre du SNAT.

Le SNAT est un acte par lequel l'État affiche son projet territorial. Il montre comment l'État compte assurer, dans un cadre de développement durable, un équilibre entre l'équité sociale, l'efficacité économique et la soutenabilité écologique.

Afin de parvenir à un développement durable, l'État a fait preuve d'une volonté ferme d'aménager le territoire de manière organisée. Pour atteindre cet objectif, un ensemble complet de lois et de réglementations a été établi, décrivant les éléments suivants :

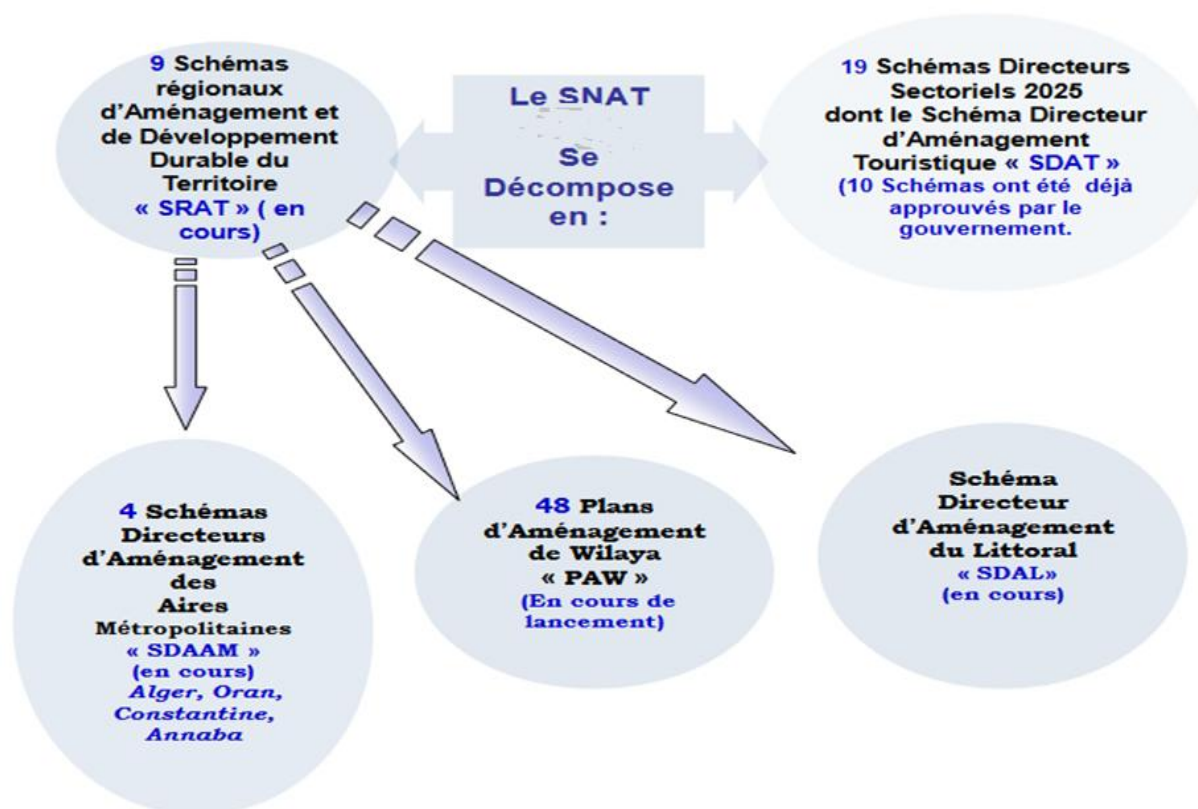
¹²¹ Le journal officiel de la République Algérienne N° 77 Section1. Du 30 ramadhan 1422, 15 décembre 2001. P 16.

- Les instruments de planification territoriale jouent un rôle crucial dans l'élaboration des stratégies d'utilisation des terres et de développement.
- Des programmes d'action territoriaux qui sont interconnectés.
- Les ressources économiques et financières nécessaires pour réaliser ces projets.

Au-delà des objectifs économiques, les textes actuels renforcent l'engagement de l'État en faveur de la sauvegarde de l'environnement, de l'amélioration de la qualité des espaces de vie, de la valorisation des ressources naturelles et culturelles et de la mise en valeur des attraits touristiques nationaux. Un cadre législatif complet a été établi pour renforcer le fondement institutionnel.

En ce qui concerne la politique touristique actuelle de l'État algérien, il convient de noter qu'elle fait partie intégrante du SNAT, dit schéma directeur de développement touristique « SDAT ». Ce plan reflète la vision de l'État d'intégrer le secteur du tourisme en tant que contributeur clé à l'économie nationale.

Figure 13: L'architecture du SNAT 2030



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme "SDAT 2030", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien, janvier 2008, P12.

2.2 Le Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2030 » :

En février 2007, le gouvernement a adopté une politique de développement du tourisme à l'horizon 2030, construite sur un diagnostic global, permettant d'identifier différents types de tourisme sur lesquels se concentrer : balnéaire, saharien, d'affaires et de congrès, de soins et de santé, culturel et religieux, sportif, détente et loisirs.

A travers cette politique une stratégie durable est souhaitée et orientée vers:

- Une coopération et une coordination avec l'ensemble des partenaires et acteurs du secteur du tourisme.
- Une amélioration de la qualité de l'offre du produit touristique Algérien et de l'image de l'Algérie.
- Une durabilité et une meilleure préservation des richesses et des espaces.
- Le SDAT à plusieurs objectifs, notamment¹²² :

2.2.1 Faire du secteur du tourisme un moteur bousteur de l'économie nationale :

Et ce en

- Encouragent le développement d'une économie alternative viable et rechercher des alternatives aux hydrocarbures. En d'autres termes promouvoir la croissance et la mise en place d'une économie différente de celle basée sur les hydrocarbures, qui est actuellement dominante en Algérie. Cela implique de soutenir et de favoriser des secteurs économiques différents, tels que le tourisme, qui peuvent offrir des opportunités de croissance et de développement durables.
- Structurer efficacement les offres touristiques pour répondre spécifiquement au marché intérieur. En organisant et planifiant les activités et les services touristiques de manière à répondre aux besoins et aux attentes du marché intérieur en Algérie. Cela implique de comprendre les préférences et les demandes des touristes locaux et de concevoir des offres adaptées à leurs besoins spécifiques.
- Utiliser efficacement les avantages et les ressources dont dispose l'Algérie, tels que son patrimoine culturel, ses paysages naturels et sa position géographique, pour développer et promouvoir le tourisme. Cela implique de mettre en valeur ces atouts et de les utiliser comme des points forts pour attirer les touristes

¹²² BOULEMKHALI Nabil : Conférence « la politique touristique ». Formation des inspecteurs de tourisme session septembre 2012.

internationaux. En tirant parti de ces atouts, l'Algérie peut élever son statut touristique international et s'imposer comme une destination d'excellence de premier plan dans le bassin méditerranéen.

Cela permettra de créer de nouveaux postes d'emplois et d'améliorer les grands équilibres (Balance commerciale de paiement, équilibres budgétaires...).

2.2.2 Création d'un effet d'entraînement et stimuler la croissance de divers secteurs économiques.

- En Générant un effet d'entraînement sur divers secteurs dont l'Agriculture, le BTPH, l'Industrie, l'Artisanat et les Services.
- Lorsqu'on examine le tourisme, il est important d'adopter une approche globale qui intègre divers éléments tels que les transports, l'urbanisme, les considérations environnementales, l'organisation locale et la formation. Cette approche doit également prendre en compte les intérêts et les stratégies des opérateurs privés (Algériens et étrangers) et publics.
- Afin de s'aligner sur les stratégies des autres secteurs, il est important d'instaurer une dynamique globale sur l'ensemble du territoire national dans le cadre du SNAT 2030.

2.2.3 Accommoder Environnement et promotion du Tourisme :

En intégrant la notion de durabilité dans tout le processus du développement touristique.

2.2.4 La valorisation de l'image de la destination « Algérie » :

L'objectif du programme de valorisation de l'image de l'Algérie est de changer la perception des opérateurs internationaux à l'égard du marché algérien, en le transformant en un marché important plutôt qu'en un marché secondaire. Cet objectif sera atteint grâce à l'introduction d'une gamme diversifiée de produits et de capacités qui correspondent aux demandes des consommateurs internationaux.

En outre, la stratégie vise à établir une structure bien organisée pour une destination touristique qui prospère à l'échelle mondiale en termes de concurrence et qui soit capable de répondre aux demandes des citoyens en quête de détente et de vacances.

Ceci suggère:

- La présence d'une offre touristique variée, qualitative et inventive.
- Le marché touristique international reconnaît l'émergence de pôles touristiques robustes qui servent de modèles exemplaires.

2.2.5 La mise en valeur du patrimoine culturel, historique et culturel :

Le patrimoine territorial, qui englobe divers éléments tels que les aspects humains, naturels, climatiques et historiques, joue un rôle essentiel dans la formation de l'image, de l'attractivité, de la position et de la production d'une région. C'est sur le territoire que les touristes explorent, s'adonnent à des activités et s'adonnent à la consommation. La diversité des acteurs, notamment les entités publiques, les organisations privées et les associations, contribuent tous à la production touristique du territoire.

En ce qui concerne le secteur du tourisme, en particulier dans les régions économiquement vulnérables, l'objectif principal est de générer des emplois, de stimuler les transactions financières et de préserver ou d'établir les services nécessaires. Pour y parvenir, une stratégie de développement durable est mise en œuvre, qui englobe la préservation et la revitalisation du patrimoine historique et culturel.

2.3 Le nouveau concept du tourisme algérien selon le SDAT 2030¹²³ :

Pour mettre à niveau le tourisme en Algérie au même rond que les autres secteurs économiques et réduire la dépendance à l'égard de ressources limitées en hydrocarbures, une nouvelle approche et un nouveau cadre stratégique doivent être établis. Au cœur de cette stratégie se trouve la gestion efficace des ressources humaines, qui servira de catalyseur à la croissance et au développement de l'industrie du tourisme.

La formulation des décisions stratégiques découle d'une évaluation approfondie des avantages et des inconvénients de l'état actuel des opérations touristiques. Ces décisions comprennent principalement l'intégration des éléments suivants :

L'état médiocre de l'engagement touristique,

Le manque de familiarité avec l'Algérie en tant que destination de voyage est tout à fait perceptible.

L'absence de destinations bien établies qui attirent un grand nombre de touristes constitue un problème notable.

¹²³ Ministère du tourisme et de l'artisanat, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 2 Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, janvier 2008, P 5-15

Compte tenu du paysage concurrentiel tant au niveau régional qu'au sein de la Méditerranée, l'harmonisation du tourisme national et mondial est essentielle pour favoriser la réconciliation dans l'industrie du voyage.

2.3.1 Les cinq leviers de la mise en tourisme de l'Algérie :

La mise en œuvre du tourisme en Algérie est abordée de manière progressive et durable dans le but de faire de la Destination Algérie une destination méditerranéenne internationale unique et compétitive. Cette initiative vise à répondre à la fois aux voyageurs internationaux en quête d'une nouvelle expérience et aux besoins de vacances et de loisirs des ressortissants algériens. Le développement du tourisme algérien s'articule autour de cinq facteurs clés qui soutiennent sa croissance et reposent sur une nouvelle conception du tourisme dans le pays. Ces facteurs sont conçus pour :

- La valorisation de la destination Algérie pour accroître l'attractivité et la compétitivité de l'Algérie;
- Le développement des pôles et villages touristiques d'excellence par la rationalisation de l'investissement et le développement ;
- Le déploiement d'un plan qualité tourisme(PQT) pour le développement de l'excellence de l'offre touristique nationale intégrant la formation par l'élévation professionnelle, l'éducation, l'ouverture aux Technologies de l'Information et de la Communication(TIC) et le positionnement sur de nouvelles niches touristiques conformes aux nouvelles tendances mondiales;
- La promotion de la transversalité et de la cohérence dans l'action par l'articulation de la chaîne touristique et la mise en place d'un partenariat public – privé;
- La définition et la mise en œuvre d'un plan de financement opérationnel pour soutenir les activités touristiques et les promoteurs – développeurs et attirer les investisseurs nationaux et internationaux.

2.3.2 La nouvelle position du tourisme Algérien

Le tourisme algérien a été stratégiquement repositionné pour attirer une nouvelle vague de visiteurs.

L'approche du tourisme en Algérie n'est pas aléatoire ; il est plutôt guidé par une stratégie bien définie qui cherche à capitaliser sur les atouts du pays, ainsi que sur les besoins et les désirs des touristes nationaux et internationaux. Ce concept innovant vise à atteindre les objectifs suivants :

- Profitez de l'opportunité de vous positionner stratégiquement avec les derniers produits phares.

- Tirer le meilleur parti des connaissances et des expertises acquises auprès des pays du bassin méditerranéen en compétition les uns avec les autres.
- Des ajustements doivent être apportés pour s'aligner sur les nouveaux modes de consommation et l'évolution des demandes du marché international.
- Considérez la présence d'une demande importante de la part des clients nationaux.

En établissant des priorités précises et en mettant en œuvre un calendrier bien planifié, le SDAT 2030, fruit de la nouvelle stratégie touristique, vise à répondre efficacement à la demande nationale et internationale tout en assurant la durabilité à long terme.

Figure 14: Le positionnement du SDAT 2030 dans l'architecture du SNAT 2030



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme "SDAT 2030", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien, janvier 2008, P13

3 E-gouvernance et le secteur du tourisme en Algérie

3.1 « SIG WEB »:

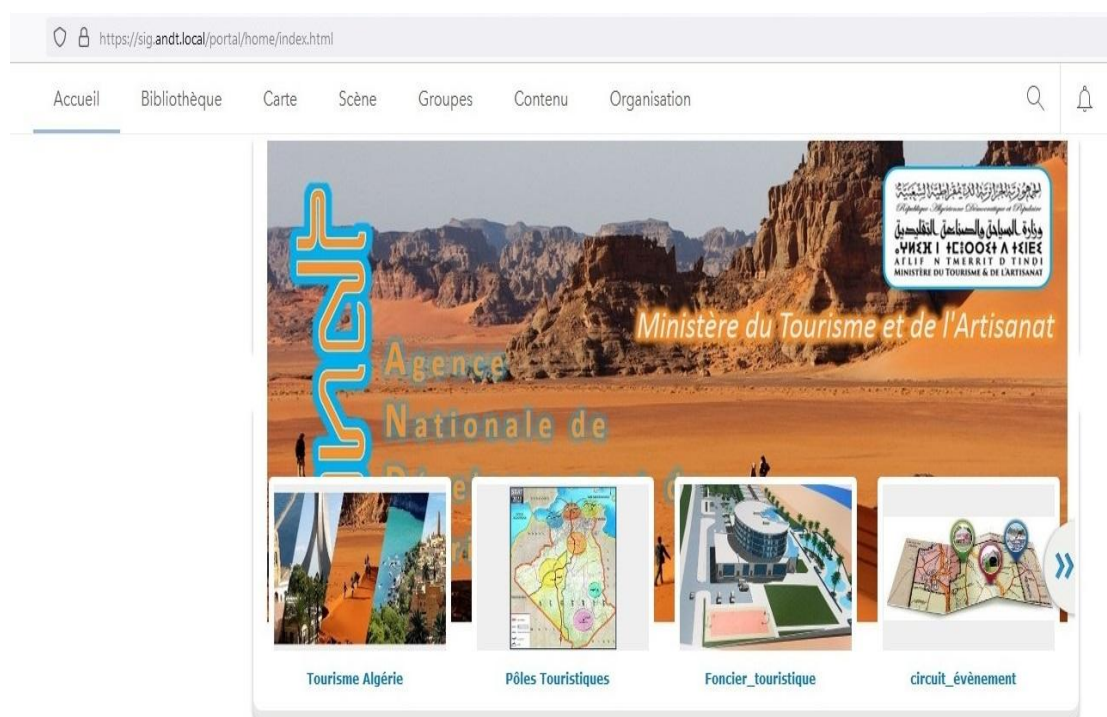
Né de la Collaboration entre l'Agence Spatiale Algérienne et l'Agence Nationale de Développement du Tourisme. Le système d'information

géographique (SIG WEB) est un système dédié à la gestion et le suivi des zones, des sites et des infrastructures touristiques. Il est accessible via intranet/internet.

Cette plateforme permet une maîtrise et une prise de décision optimale dans le domaine touristique en vue des objectifs essentiels du secteur et ce, grâce à ¹²⁴:

- La mise en place d'un outil de prise de décision ;
- La mise en place d'un tableau de bord du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) par la visualisation des documents qui lui sont liés ;
- La construction d'une mémoire collective pérenne, sur la gestion et le suivi des actions entreprises, en offrant une meilleure sécurité de l'information exhaustive et mise à jour, des zones, sites et infrastructures touristiques.

Figure 15: Interface principale de la plateforme SIG Web



¹²⁴ SERADOUNI Sarah, HADJAR Assia, Le rôle des NTIC dans la performance des organismes publics : “cas du secteur du tourisme”, Colloque National sur le thème : Le Management de la Performance dans les Entreprises Algériennes. Réalités et pistes d'amélioration. ESM Tlemcen : 14/ 01/ 2023. P 12

Source : <https://asal.dz> date de consultation 02/11/2023

3.2 Le portail électronique « circuits touristiques Algérie » :

Le lancement du portail marque la réalisation d'une promesse faite par le président Abdelmadjid Teboun visant à moderniser l'administration et à renforcer la présence de contenus numériques nationaux dans le cadre de la transition administrative.

Le portail "Circuit Touristique Algérien" se positionne en tant qu'outil d'excellence pour la promotion de la destination Algérie. En tant que produit touristique, il offre aux voyageurs la possibilité de choisir aisément des destinations et des itinéraires adaptés à leurs intérêts culturels, archéologiques, naturels, ou religieux. Sa modération, orientée principalement du point de vue stratégique et logistique, libère le secteur du tourisme, permettant aux voyageurs de suivre leurs itinéraires de manière autonome, favorisant ainsi le développement d'un tourisme intérieur par secteur et par région.

Le portail électronique (<https://algeriatours.dz>) représente une étape cruciale dans la concrétisation du plan d'action gouvernemental visant la transformation numérique de l'administration publique.¹²⁵

La plateforme a pour objectifs :

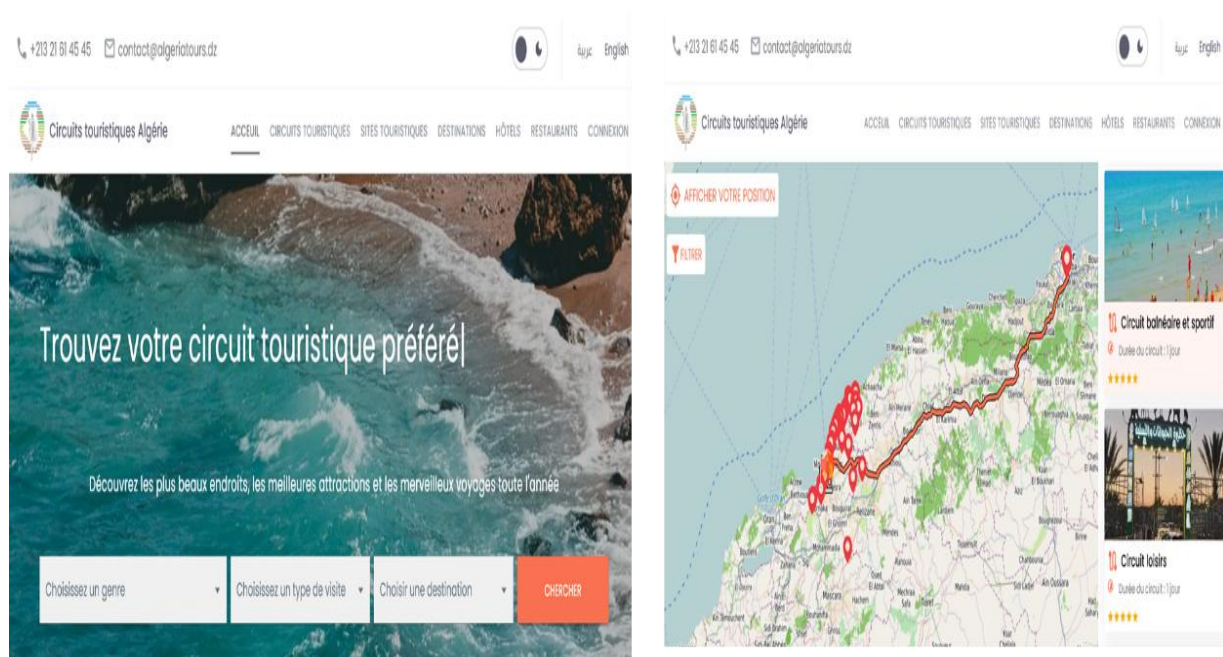
- La promotion de l'Algérie comme destination touristique.
- La simplification du processus de sélection et de planification des voyages touristiques intérieurs et extérieurs.
- Le soutien et le développement du tourisme intérieur.

Elle fournit également une large gamme d'informations sur les destinations touristiques en Algérie, y compris des images, des descriptions et des détails pratiques. La plateforme électronique permet également aux utilisateurs de créer des plans de voyage personnalisés en fonction de leurs intérêts et de leurs budgets.

Elle est considérée comme une étape importante dans le développement du tourisme en Algérie. En fournissant des informations complètes et faciles à utiliser, la plateforme électronique peut aider à attirer plus de touristes en Algérie et à stimuler l'économie locale.

¹²⁵ SERADOUNI Sarah, HADJAR Assia, op-cite, P 13

Figure 16: interface du portail « algeriatours.dz »



Source : www.algeriatours.dz

3.3 Le portail électronique des services publics du secteur du tourisme **(<https://portail.mta.gov.dz/>) :**

Cette plateforme représente une initiative gouvernementale mise en œuvre par les services du ministère du Tourisme et de l'Artisanat algérien, dans le but de simplifier les procédures administratives liées aux activités touristiques. Elle vise à servir divers acteurs et investisseurs du secteur, en leur offrant une gamme étendue de services, notamment :

- Présentation des documents requis pour investir dans les différentes activités touristiques.
- Suivi des dossiers administratifs des activités touristiques.
- Communication avec les services concernés du secteur touristique.

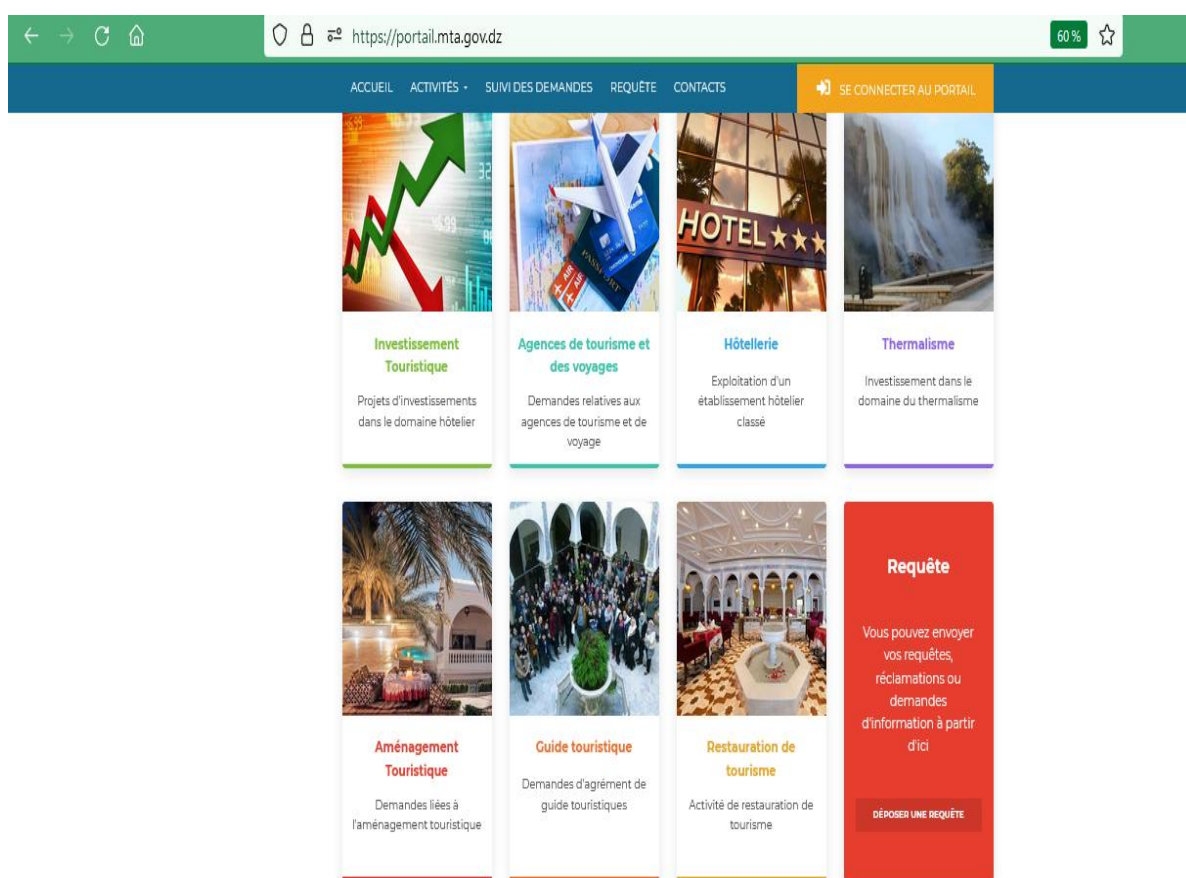
La plateforme est structurée en plusieurs sections en fonction du type d'activité, telles que l'investissement touristique, l'agence de tourisme et de voyage, l'hôtellerie, le thermalisme, l'aménagement touristique, le guide touristique, les restaurants touristiques, ainsi que les demandes et recours.

Pour utiliser la plateforme, l'investisseur doit créer un profil contenant ses informations personnelles et professionnelles. Ensuite, il doit soumettre les documents requis (numérisés) correspondant à l'activité souhaitée et envoyer sa demande.

Le profil créé permet à l'investisseur de suivre son dossier de manière détaillée, étape par étape, et de rester en contact constant avec les services concernés jusqu'à la concrétisation de son projet et l'obtention de l'approbation et l'autorisation d'exploitation.

Cette plateforme électronique marque une avancée significative dans la simplification des procédures administratives des activités touristiques en Algérie. En fournissant des services complets et conviviaux, elle facilite aux acteurs et investisseurs du secteur du tourisme l'accomplissement rapide, facile et transparent de leurs transactions administratives.

Figure 17: interface du portail électronique des services publics du secteur du tourisme



Source : <https://portail.mta.gov.dz/> consulté le 02/11/2023

Comme la montre la figure 13 la conception du portail électronique est très simple et facile à utiliser, les acteurs du secteur du tourisme peuvent choisir le domaine de leur activité et y inscrire leur projet en toute confidentialité.

Cette plateforme permet de rapprocher le citoyen de l'administration et de diminuer les tracas du déplacement surtout pour les gens qui souhaitent investir dans les wilayas du sud.

Elle minimise également le temps d'attente pour le traitement des dossiers par les services concernés, ainsi l'investisseur peut démarrer le projet de son investissement ou demander une requête. Le temps d'attente est estimé entre 24 et 48 heures.

3.4 La plateforme « IDARATI »

"IDARATI" est une plateforme de partage mise à disposition par le ministère du Tourisme aux employés du secteur. Elle est une solution qui facilite le travail collaboratif en permettant de stocker et de partager des documents, des bases de données et des calendriers, entre l'administration centrale, les administrations locales ou d'autres ministères. Elle fonctionne sur un principe similaire aux réseaux sociaux, car les utilisateurs peuvent créer des groupes pour partager des informations avec une catégorie spécifique de personnes.

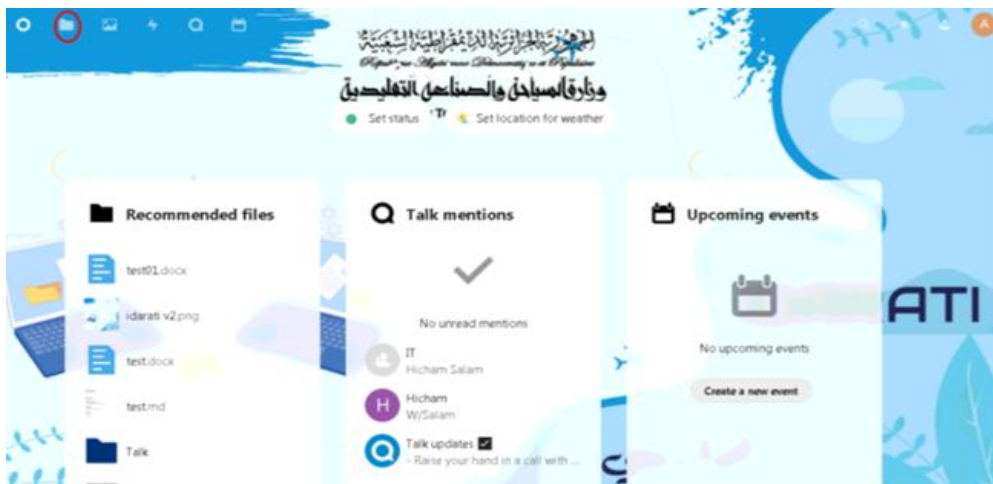
"IDARATI" facilite le travail collaboratif en permettant aux utilisateurs de partager des informations facilement et efficacement, et dans un délai court. Les utilisateurs peuvent accéder aux informations dont ils ont besoin rapidement et facilement, ce qui les aide à travailler plus efficacement.

Voici quelques-uns des avantages de la plateforme "IDARATI":

- Elle facilite le partage d'informations entre les différents acteurs du secteur du tourisme.
- Elle permet aux utilisateurs de collaborer plus efficacement sur des projets communs.
- Elle améliore la communication et la coordination entre les différents départements du ministère du Tourisme.

Cette plateforme est considérée comme un outil précieux pour le développement du secteur du tourisme en Algérie. Elle contribue à améliorer l'efficacité et la collaboration entre les différents acteurs du secteur, ce qui est essentiel pour la promotion du tourisme en Algérie.

Figure 18: interface principale de la plateforme « IDARATI »



Source : Direction du tourisme et de l'artisanat Novembre 2023.

Conclusion :

Dans ce chapitre, nous avons exploré les bases fondamentales du concept de gouvernance et de la gouvernance publique en général. Notre analyse s'est particulièrement concentrée sur l'extension de ce concept au secteur du tourisme, un domaine qui n'est pas épargné par les défis et les enjeux de gouvernance. En examinant divers exemples, notamment en France et aux Émirats arabes unis, nous avons mis en lumière les différentes approches de la gouvernance touristique adoptées par certains pays.

En outre, nous avons entrepris d'appréhender ce contexte du point de vue algérien, en examinant de près la manière dont le gouvernement algérien organise et dirige son secteur du tourisme. Nous avons scruté les stratégies mises en œuvre par l'État afin de valoriser ce secteur et de le positionner de manière plus compétitive sur la scène internationale.

Cependant, malgré les efforts déployés, il est évident que des défis subsistent et que des améliorations sont nécessaires pour renforcer la gouvernance touristique en Algérie. Dans le prochain chapitre, nous approfondirons notre analyse en examinant de plus près les obstacles spécifiques rencontrés par le secteur du tourisme en Algérie particulièrement par les investisseurs dans ce secteur important et en proposant des recommandations pour une gouvernance plus efficace et durable dans ce domaine crucial pour le développement économique et social du pays.

CHAPITRE III : LA GOUVERNANCE ET L'INVESTISSEMENT TOURISTIQUE EN ALGÉRIE

Chapitre III : La gouvernance et l'investissement touristique en Algérie

Introduction :

Les investissements occupent une place essentielle dans le panorama du développement socio-économique, offrant des avantages considérables à la fois à l'économie globale et aux individus engagés dans des initiatives entrepreneuriales. En optimisant la reproduction sociale, ces investissements non seulement maintiennent le bon fonctionnement des entreprises, mais également propulsent la croissance tant du secteur manufacturier que des services. Ces injections de capitaux catalysent par ailleurs l'amélioration de la qualité des produits et des services, tout en favorisant les interactions internationales entre diverses industries, déclenchant ainsi une cascade de résultats positifs.

Dans ce contexte, la gouvernance et l'investissement touristique constituent des axes majeurs à explorer. La gouvernance, en tant que système de régulation et de gestion, exerce une influence cruciale sur la manière dont les investissements sont canalisés et exploités dans le secteur du tourisme. L'efficacité de la gouvernance peut déterminer la réussite ou l'échec des initiatives d'investissement, influençant directement la compétitivité des destinations touristiques et leur capacité à attirer des flux financiers et des visiteurs.

L'investissement touristique, quant à lui, revêt une importance particulière dans le paysage économique mondial. En effet, il ne se limite pas seulement à la construction d'infrastructures hôtelières ou de sites de divertissement, mais il s'étend également à des domaines tels que la préservation de l'environnement, la promotion culturelle et la création d'emplois locaux. Ainsi, la manière dont la gouvernance encadre et encourage ces investissements peut façonner la durabilité et la prospérité à long terme des destinations touristiques.

Dans ce chapitre, nous nous attacherons à explorer la gouvernance du secteur du tourisme en Algérie, en examinant de près les dispositifs et les lois instaurés par le gouvernement pour dynamiser le climat de l'investissement touristique.

L'Algérie, riche de son histoire, de sa diversité culturelle et de ses paysages époustouffants, possède un potentiel touristique considérable. Cependant, malgré

ces atouts, le développement du secteur touristique algérien a souvent été entravé par des défis structurels et des lacunes en matière de gouvernance.

Pour remédier à ces problèmes, le gouvernement algérien a entrepris diverses initiatives visant à améliorer le climat de l'investissement touristique. Parmi ces mesures, on peut citer la mise en place de dispositifs juridiques et réglementaires visant à sécuriser les investissements dans le secteur du tourisme. Ces lois offrent des incitations financières et fiscales aux investisseurs, facilitent les procédures administratives et garantissent la protection des droits de propriété.

Parallèlement, comme nous l'avons cité précédemment dans le second chapitre, des programmes de développement et de promotion du tourisme ont été lancés afin de valoriser les richesses naturelles, culturelles et historiques du pays. Ces initiatives visent à attirer les investissements étrangers, à renforcer l'offre touristique et à diversifier les sources de revenus pour l'économie nationale.

Dans ce chapitre, nous allons analyser les différentes formes d'investissements, tant directs qu'indirects, liés au secteur du tourisme en Algérie. Nous examinerons ensuite les principes et garanties prévus par la nouvelle loi n° 22-18 sur l'investissement en Algérie. Enfin, nous tenterons d'analyser le développement de l'investissement touristique en Algérie entre 2014 et 2023.

Section 01 : Analyse de la gouvernance des investissements touristiques en Algérie

L'investissement touristique se positionne comme l'un des principaux moteurs du développement socio-économique, engendrant des retombées significatives à la fois pour l'économie dans son ensemble et pour les acteurs individuels opérant dans le domaine entrepreneurial. En effet, l'investissement touristique est un levier essentiel pour accroître l'efficacité de la reproduction sociale, assurer la stabilité opérationnelle des entreprises, promouvoir le développement tant du secteur manufacturier que des services, catalyser les initiatives d'amélioration de la qualité des produits et des services, renforcer les connexions entre les entreprises et les différents pans de l'économie à l'échelle mondiale, et bien d'autres aspects encore.

1 Définitions et concepts principaux

1.1 L'investissement :

Les investissements sont une catégorie complexe qui exige une interprétation correcte et une classification claire, en tenant compte des caractéristiques et des exigences du temps.

La notion « d'investissement » englobe diverses interprétations, notamment l'investissement à court terme. Alternativement, cela peut être perçu comme une dépense ayant pour objectif de générer du profit, d'acquérir des actions et des obligations, d'acquérir des actifs corporels essentiels à la production de biens, ainsi que d'autres actifs incorporels et corporels. Essentiellement, les investissements englobent toutes les méthodes qui préservent la valeur de l'argent, l'augmentent et garantissent un rendement favorable.

John Keynes affirmait dans son livre que Les investissements sont, d'une part, l'accroissement de la valeur des biens en capital, et d'autre part, la valeur de la consommation de production de biens matériels et de services nouvellement créés ; et l'investissement est l'augmentation courante de la valeur des biens en capital résultant de l'activité de production sur une certaine période, c'est-à-dire l'utilisation de la partie du profit qui n'a pas été utilisée pour la consommation¹²⁶.

¹²⁶ John Maynard KEYNES, Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie 1936, Traduit de l'Anglais par Jean- de Largentaye (1942), Payot, Paris, 1942 , http://bibliotheque.pssfp.net/livres/THEORIE_GENERALE_DE_LEMPOI_DE_LINTERET_ET_DE_LA_MONNAIE.pdf

Selon **O. Sinitsyn**, un économiste russe qui a mené des recherches scientifiques dans le domaine de l'analyse des investissements. "Les investissements consistent en un ensemble de fonds, de biens et d'actifs intellectuels inclus dans la mise en œuvre de programmes et de projets dans divers domaines de la production, du commerce, du social, du scientifique, du culturel et d'autres secteurs, dans le but d'obtenir un profit (revenu) ou d'atteindre des résultats sociaux ou économiques." ¹²⁷

La définition de l'essence des investissements en économie est spécifique à chaque pays en fonction du niveau de développement, des caractéristiques socio-culturelles, etc. Dans les pays occidentaux, les investissements sont souvent compris comme l'achat de titres (actions, obligations), tandis qu'en Algérie, ils sont définis et classés par la loi 22-18 comme suit :

Investissement de création : « Tout investissement réalisé en vue de la formation ex nihilo du capital technique par acquisition d'actifs, en vue de la création d'une activité de production de biens et/ou de services ».

Investissement d'extension : « Tout investissement réalisé en vue de l'augmentation des capacités de production de biens et/ou de services, par l'acquisition de nouveaux moyens de production qui se rajoutent à ceux existants. L'acquisition d'équipements complémentaires annexes et/ou connexes ne confère pas à l'investissement le caractère d'extension. Il en est de même de l'acquisition d'équipements de renouvellement ou de remplacement à l'identique de ceux existants. »

Investissement de réhabilitation : « Tout investissement réalisé, consistant en des opérations d'acquisition de biens et/ou de services, destinées à la mise en conformité de matériels et d'équipements existants pour pallier l'obsolescence technologique ou l'usure temporelle qui les affectent pour accroître la productivité ou reprendre une activité à l'arrêt depuis, au moins, trois (3) ans. »

Délocalisation d'activités à partir de l'étranger : « Action par laquelle une entreprise de droit étranger transfère toutes ou une partie de ses activités de l'étranger vers l'Algérie. »

L'investissement, en tant que concept, englobe une multitude d'interprétations, dont l'une concerne les investissements à court terme. Elle peut être caractérisée comme toute dépense entreprise dans le but de générer un gain

¹²⁷ Rustambekova Feruza, NATURE, TYPES AND FACTORS AFFECTING INVESTMENTS, International Journal Of Management And Economics Fundamental (ISSN – 2771-2257), VOLUME 03 ISSUE 04, 13 Avril 2023, Pages: 09-18, Page 11

financier, que ce soit par l'acquisition d'actions, d'obligations ou par la création d'actifs corporels essentiels à la production de biens, ainsi que par l'acquisition de ressources intellectuelles et matérielles. En résumé, les investissements englobent toutes les méthodes employées pour sauvegarder et valoriser la valeur monétaire, tout en garantissant un rendement favorable.

1.2 L'investisseur :

Un investisseur est une personne physique ou morale qui décide d'utiliser une partie de son capital libre pour acheter des biens ou des actifs dans le but d'en obtenir un retour sur investissement (ROI) positif. Ce retour peut prendre différentes formes, comme des dividendes, des plus-values ou des intérêts. Les buts des investisseurs sont variés. Certains recherchent un revenu régulier sous forme de dividendes ou d'intérêts. D'autres convoient de faire croître leur capital sur le long terme en profitant de la hausse des prix des actifs. Enfin, certains investisseurs sont attirés par le défi et le risque inhérents à l'investissement.

1.3 Investissement direct étranger (IDE) :

L'investissement direct étranger (IDE) se réfère à l'intention d'une entité économique résidant dans un pays ("investisseur direct") d'acquérir une part durable dans une entité économique résidant dans un autre pays que celui de l'investisseur ("entreprise d'investissement direct"). Cette notion implique un engagement à long terme entre l'investisseur direct et l'entreprise, ainsi qu'une influence significative sur la gestion de l'entreprise. En substance, l'investissement direct international englobe non seulement la transaction initiale entre les deux entités, mais aussi toutes les transactions en capital ultérieures entre elles et avec les entreprises associées, qu'elles soient constituées sous forme de sociétés ou non.¹²⁸

1.4 L'investisseur direct étranger

Un investisseur direct étranger peut être une personne physique, une entreprise publique ou privée, avec ou sans personnalité juridique, une entité publique, un groupe de personnes ou un groupe de sociétés, avec ou sans personnalité

¹²⁸ ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES, DEFINITION DE REFERENCE DE L'OCDE POUR LES INVESTISSEMENTS DIRECTS INTERNATIONAUX, DIFFUSION RESTREINTE Paris, réd. : 23 mai 1995. P 8, <https://www.oecd.org/fr/daf/inv/politiques-investissement/2090156.pdf>

juridique, qui possède la propriété d'une entreprise d'investissement direct - telle qu'une filiale, une société affiliée ou une succursale - opérant dans un pays différent du ou des pays de résidence du ou des investisseurs directs étrangers.¹²⁹

1.5 Entreprise d'investissement direct :

Toujours selon l'OCDE, l'entreprise d'investissement direct signifie : « Une entreprise ayant ou non la personnalité morale, dans laquelle un investisseur étranger détient au moins 10 pour cent des actions ordinaires ou des droits de vote, dans le cas d'une entreprise ayant la personnalité morale, ou l'équivalent, s'il s'agit d'une entreprise n'ayant pas la personnalité morale. »¹³⁰

1.6 L'investissement Touristique :

L'investissement touristique implique le comportement économique consistant à entreprendre des projets à l'étranger sous la direction du pays hôte, généralement par des groupes d'entreprises touristiques étrangers, dans le but de développer des installations et des services touristiques. Ce type d'investissement se caractérise par des projets de grande envergure, des cycles longs et une influence sociale importante¹³¹. Il joue un rôle crucial dans le développement économique régional, en tirant parti des facteurs géographiques, des paysages attrayants, des atouts culturels et du patrimoine pour créer de nouvelles installations touristiques ou améliorer les installations existantes, renforçant ainsi le potentiel de l'industrie du tourisme¹³². Il est indispensable de prévoir l'attractivité des investissements dans le tourisme pour le développement socio-économique, en particulier dans des conditions économiques mondiales incertaines, car cela contribue à la planification stratégique, à la définition d'objectifs et à la mise en œuvre de mesures préventives pour garantir une croissance durable. En outre, les IDE jouent un rôle primordial dans la stimulation des investissements nationaux et internationaux dans le tourisme, contribuant ainsi au développement économique et à la compétitivité à long terme.

¹²⁹ Idem

¹³⁰ Idem

¹³¹ Chen Lv, Xiaoyan Li, Reconstruction: Key to Social Responsibility Risk Assessment for Tourism Investment Projects, Journal of Risk Analysis and Crisis Response, Vol. 11, Iss: 1, 05 Feb 2021 ,pp 1-9, P2

¹³² Rustambekova Feruza, Op.cit , p 10

2 Spécificités des investissements touristiques : Cadre conceptuel

L'investissement touristique présente des spécificités uniques qui le distinguent des autres types d'investissements notamment :

- **Risques élevés** : L'industrie du tourisme est portée à des niveaux de risque élevés en raison de sa vulnérabilité aux fluctuations économiques, aux bouleversements politiques et aux calamités naturelles. Ces facteurs peuvent potentiellement entraîner des fluctuations substantielles des rendements des investissements au sein du secteur.

- **L'intensité capitalistique** : est une caractéristique commune des investissements touristiques, car ils nécessitent généralement des dépenses initiales substantielles en infrastructures, équipements et installations. Cela peut constituer un obstacle considérable pour les investisseurs potentiels, en particulier ceux qui exploitent des petites ou moyennes entreprises.

- **Les investissements touristiques impliquent souvent une longue période de retour sur investissement**, ce qui oblige les investisseurs à faire preuve de patience et à adopter une perspective à long terme afin de récolter des bénéfices substantiels.

- **L'immobilisation des Actifs** : Les investissements dans le domaine touristique se cristallisent souvent dans des actifs tangibles, tels que des terrains, des infrastructures, et des équipements dédiés. Cette figuration peut limiter la liquidité des placements et complexifier leur transfert en cas de nécessité.

- **Impact Environnemental et Social** : Le visage des investissements touristiques peut refléter des effets substantiels sur l'environnement et les tissus sociaux locaux. La diligence des investisseurs requiert une prise en compte scrupuleuse de ces répercussions, accompagnée de mesures d'atténuation appropriées.

- **Gouvernance et Appui** : L'intervention gouvernementale se profile comme un pilier essentiel à l'établissement d'un écosystème propice aux investissements touristiques. Cela embrasse la mise en place d'infrastructures, la promotion de destinations, et la structure d'un cadre réglementaire stable.

- **Multiplicité des acteurs** : Les investissements touristiques prennent racine dans un terreau fertile de diversité, comprenant le secteur privé, le domaine public, et les organisations à but non lucratif.

- **Le Capital Humain en Éminent** : Le succès des investissements touristiques s'ébroue dans les méandres de la qualité du capital humain. Cela implique une focalisation sur le perfectionnement et l'essor des compétences de la main-d'œuvre dévolue à l'industrie.

- La Discipline de la Planification et de la Gouvernance : Les investissements dans le secteur touristique s'obligent à une planification harmonisation méticuleuse et une gouvernance diligente. Cela enveloppe des études de marché exhaustives, la conception de stratégies marketing et promotionnelles avisées, et l'établissement de systèmes de gestion robustes.

- La Contribution au développement durable : Les investissements touristiques se parent du rôle catalyseur dans la promotion du développement durable, en forgeant des emplois, en engendrant des flux financiers, et en préservant l'intégrité de notre environnement.

Devant ces caractéristiques immanentes, il advient aux investisseurs potentiels d'adopter une démarche éclairée et prudente lors qu'ils envisagent d'investir dans le secteur touristique. Une analyse exhaustive des risques et des opportunités s'avère impérative pour des décisions d'investissement judicieuses.

Un cadre conceptuel peut être utilisé pour analyser les investissements touristiques et évaluer leur potentiel de réussite. Ce cadre peut inclure les éléments suivants:

- **Analyse du marché:** Évaluation de la demande touristique, de la concurrence et des tendances du marché.
- **Analyse du site:** Évaluation des atouts et des contraintes du site de l'investissement.
- **Analyse financière:** Évaluation des coûts et des bénéfices de l'investissement.
- **Analyse des risques:** Identification et évaluation des risques potentiels associés à l'investissement.
- **Analyse de l'impact:** Évaluation de l'impact de l'investissement sur l'environnement et les communautés locales.
- **Analyse de la durabilité:** Évaluation de la capacité de l'investissement à contribuer au développement durable.

L'utilisation d'un cadre conceptuel rigoureux peut aider les investisseurs à prendre des décisions éclairées concernant les investissements touristiques et à maximiser leurs chances de succès.

En plus de ces éléments, il est important de considérer les facteurs spécifiques à la destination et au type d'investissement touristique envisagé. Par exemple, les investissements dans des hôtels de luxe auront des considérations différentes de celles des investissements dans des écotourismes.

3 Analyse des formes de l'investissement touristique en Algérie

Les domaines de l'investissement touristique se sont considérablement diversifiés, tous visant à offrir aux touristes une expérience inoubliable et un confort optimal. Cela commence dès le choix de leur destination touristique, en passant par leur arrivée dans le pays hôte, leur séjour, et englobe tous les services

liés à l'hébergement. Le secteur du transport joue également un rôle crucial, allant de la location de voitures et de bus aux agences proposant des excursions adaptées aux attentes des touristes.

L'investissement touche également le produit touristique dans son ensemble, avec la création de parcs d'attractions, l'organisation de festivals culturels, et la restauration de sites religieux. Les services de communication, devenus essentiels pour les voyageurs modernes, sont aussi un domaine d'investissement clé. Ensemble, ces éléments contribuent à enrichir l'expérience touristique et à répondre aux besoins variés des visiteurs.

L'Algérie a défini à travers sa réglementation plusieurs formes d'investissements touristiques, certains investissements peuvent être directement liés au ministère du tourisme et de l'artisanat, d'autre ne sont pas directement liés au secteur du tourisme.

Nous allons tenter d'analyser en ce qui suit certains de ces investissements

3.1 L'investissement dans les agences de tourisme et de voyage : un acteur économique clé du secteur touristique.

Les agences de voyage et de tourisme jouent un rôle crucial dans le développement du secteur touristique dans son ensemble. Elles constituent un maillon essentiel en reliant les différentes composantes de ce secteur et en offrant une panoplie de services répondant aux besoins des touristes.

3.1.1 Analyse du cadre juridique des agences de tourisme et de voyages :

L'agence de tourisme et de voyages s'engage à fournir des services touristiques en contrepartie d'un paiement, conformément à un contrat consensuel entre les deux parties. En principe, les contrats offrent aux parties la liberté de choisir les conditions qui leur conviennent. Étant donné l'importance significative des activités des agences de tourisme et de voyages, tant au niveau individuel que collectif, en termes de sécurité des touristes, qu'ils soient étrangers ou nationaux, ainsi que leur impact sur la croissance de l'économie nationale et sur l'environnement naturel et social des zones touristiques, le législateur algérien est intervenu pour les réglementer.

Les appellations des agences de tourisme et de voyages varient, certaines étant désignées comme des entreprises touristiques, des agences de voyages, des institutions de voyages, ou des agences de pèlerinage et de Omra. Elles peuvent être définies comme des entités organisant et vendant des voyages et des séjours de courte durée. Elles sont responsables et supervisent les activités de production

et de commercialisation des produits touristiques locaux, tels que les excursions et les séjours individuels et collectifs, l'émission de titres de transport, ainsi que les services liés à l'accueil touristique ou à l'organisation de visites de musées ou de sites historiques. Elles peuvent également être définies comme des entreprises qui organisent des circuits touristiques, vendent ou délivrent des billets de voyage et exploitent divers moyens de transport.

Le législateur algérien a défini les agences de tourisme et de voyages à l'article 2 de la loi n° 05-90 relative aux agences de tourisme et de voyages comme suit : « Est considérée comme agence de tourisme et de voyages toute entreprise commerciale destinée à fournir en permanence des services aux touristes et aux voyageurs en relation avec leurs déplacements et leurs séjours. »¹³³

Avec la promulgation de la loi n° 99-06 fixant les règles régissant l'activité des agences de tourisme et de voyages, une nouvelle définition a été donnée. Elle considère comme agence de tourisme et de voyages toute entreprise commerciale exerçant de manière permanente une activité touristique consistant à vendre directement ou indirectement des voyages touristiques, des séjours individuels ou collectifs, et tous types de services connexes.¹³⁴

Le propriétaire de l'agence peut être une personne physique ou morale, tandis que l'agent est toute personne physique qualifiée et agréée en vertu de cette loi pour gérer une agence de tourisme et de voyages, qu'il en soit le propriétaire, un associé ou un employé au service d'autrui.

Nous constatons, à travers ces deux définitions, que le législateur a corrigé les insuffisances présentes dans le premier texte, qui était général et ambigu, contrairement à la nouvelle définition, plus claire et précise pour les agences de tourisme et de voyages.

L'article 3 de la loi n° 99-06 fixant les règles régissant l'activité des agences de tourisme et de voyages stipule que : « Aux termes de la présente loi, est considérée comme agence de tourisme et de voyages toute entreprise commerciale exerçant de manière permanente une activité touristique consistant à vendre directement ou indirectement des voyages touristiques, des séjours individuels ou collectifs, et tous types de services connexes comme stipulé à l'article 4 ci-dessous, et dénommée agence de tourisme et de voyages. »

¹³³ Article 2 de la loi n° 90-05 du 19 février 1990 relative aux agences de tourisme et de voyages, Journal Officiel n° 8, publié le 21 février 1990 (abrogée).

¹³⁴ L'article 3 de la loi n°99-06 du 4 avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'agence de tourisme et de voyage, journal officiel n° 24.

Le propriétaire de l'agence est toute personne physique ou morale possédant légalement une agence de tourisme et de voyages. L'agent est toute personne physique qualifiée et agréée en vertu de cette loi pour gérer une agence de tourisme et de voyages, qu'il en soit le propriétaire, un associé ou un employé au service d'autrui, et est dénommé agent de tourisme et de voyages.

3.1.2 Les activités des agences de tourisme et de voyages :

Le législateur algérien a défini plusieurs attributions et activités pour les agences de tourisme et de voyages en vertu de la loi n° 99-06 relative aux règles régissant l'activité des agences de tourisme et de voyages. Ces tâches sont énoncées à l'article 4 de la loi n° 99-06 susmentionnée. Ces attributions incluent¹³⁵.

- Organisation et vente de voyages, circuits touristiques, et séjours individuels ou en groupe.
- Organisation d'excursions et de visites guidées dans les villes, ainsi que de sites et monuments touristiques, culturels et historiques.
- Organisation d'activités telles que la chasse, la pêche, des manifestations artistiques, culturelles et sportives, ainsi que la tenue de congrès et séminaires, soit en complément de l'activité de l'agence, soit à la demande des organisateurs.
- Mise à disposition de services d'interprètes et de guides pour les touristes.
- Hébergement ou réservation de chambres dans les établissements hôteliers, ainsi que la fourniture des services associés.
- Transport touristique et vente de titres de transport de tout type, conformément aux conditions et réglementations en vigueur dans les établissements de transport.
- Vente de billets pour des spectacles et des événements à caractère culturel, sportif ou autre.
- Accueil et assistance des touristes durant leur séjour.
- Réalisation, pour le compte des clients, des formalités d'assurance couvrant tous les risques liés à leur activité touristique.
- Représentation d'autres agences locales ou étrangères pour fournir en leur nom divers services.
- Location de voitures avec ou sans chauffeur, transport de bagages, location de caravanes et autres équipements de camping.

¹³⁵ Article 04 de la loi 99-06 op-cite

Il est important de noter que les activités mentionnées à l'article 4 de la loi n° 99-06 relative aux règles régissant l'activité des agences de tourisme et de voyages sont énumérées à titre d'exemple et non de manière exhaustive, en utilisant le terme "notamment".

D'autre part, il existe des agences spécialisées dans les voyages touristiques, dont les attributions et les missions varient en fonction de leur type et des motifs de voyage des touristes. Cela inclut¹³⁶:

- **L'agence de tourisme productrice de voyages** : (tour opérateur) il s'agit de la forme moderne des entreprises touristiques, répondant aux demandes spécifiques des touristes pour l'achat d'un voyage complet, incluant des services originaux et complémentaires dans un seul voyage. Ces agences offrent principalement des réductions grâce à des achats en gros et réduisent les coûts pour le consommateur par rapport à une demande individuelle.
- **L'agence de tourisme de détail** : cette agence joue le rôle d'intermédiaire entre les tour-opérateurs et les touristes. Elle vend des programmes touristiques prédéfinis et effectue les réservations pour les clients. Elle est généralement chargée de vendre des billets pour des offres touristiques et de traiter les demandes de visa touristique.
- **L'agence de tourisme exécutive de voyages** : cette entreprise se charge, au nom de l'organisateur du voyage, de l'exécution complète du voyage dans le pays de destination, transformant ainsi le plan figurant dans les brochures publicitaires en réalité.

3.1.3 Les conditions de création d'une agence de tourisme et de voyages :

Le décret exécutif numéro 161-17 définit les conditions pour obtenir une licence d'exploitation d'une agence de tourisme et de voyages en Algérie. Ces conditions comprennent¹³⁷ :

1. Être âgé d'au moins 21 ans.
2. Fournir la preuve d'une compétence professionnelle dans le domaine du tourisme, pouvant être attestée par l'une des certifications suivantes :
 - Un diplôme de licence en tourisme avec une année d'expérience.
 - Un diplôme de licence dans le domaine du tourisme.

¹³⁶ Abdelmalek Eldah, "Le régime juridique des agences de tourisme et du guide touristique en Algérie", Revue Maâlam pour les études juridiques et politiques, volume 4, numéro 01, 2020, pages 426-427.

¹³⁷ Voir les articles 03, 04, 05, 06 du Décret exécutif n° 17-161 du 15 mai 2017, fixant les conditions de création et les modalités d'exploitation des agences de tourisme et de voyages, journal officiel n° 30

- Un diplôme de technicien supérieur en tourisme ou en hôtellerie avec une année d'expérience.

3. Jouir des droits civils et nationaux.

4. Se conformer à la législation algérienne en cas de personne morale.

5. Ne pas avoir précédemment détenu de licence d'exploitation d'une agence de voyages.

En plus des conditions ci-dessus, le demandeur de la licence doit soumettre sa demande accompagnée des documents requis, qui comprennent :

- Une copie de la carte d'identité nationale du demandeur ou du représentant légal de la personne morale et de l'agent.

- Les documents attestant de la compétence professionnelle du demandeur ou du représentant légal.

- Une copie de l'acte de propriété ou du contrat de location du local destiné à un usage commercial.

- Le contrat d'assurance garantissant la responsabilité civile et professionnelle.

- Le contrat de travail authentifié entre le propriétaire de l'agence ou le représentant légal de la personne morale.

- Une copie de la carte de séjour pour l'agent non algérien.

- Une copie des statuts de la personne morale.

Une fois que toutes les conditions sont remplies et que les documents requis sont soumis, la demande de licence d'exploitation est déposée auprès des services extérieurs compétents du ministère du Tourisme.

En cas de refus de la demande de licence, le candidat peut faire appel auprès du ministère chargé du Tourisme dans un délai d'un mois à partir de la date de notification du refus. Le ministère chargé du Tourisme doit statuer sur cet appel dans un délai de deux mois à compter de la date de sa réception.

Le titulaire de la licence d'exploitation d'une agence de tourisme et de voyages est tenu de commencer son activité dans un délai maximal de six (6) mois à partir de la date de délivrance de la licence. Si l'activité n'a pas commencé à la fin de ce délai, les services compétents du ministère chargé du Tourisme le mettent en demeure de démarrer l'exploitation de l'agence dans un délai supplémentaire maximal de six (6) mois. Si ce délai expire sans que l'activité n'ait débuté, le ministère chargé du Tourisme prend la décision de retirer la licence d'exploitation.

138

¹³⁸ Voir les articles 07, 08, 09, 10 du décret exécutif 17-161 op-cite

3.2 Le guide touristique : un pilier stratégique dans l'investissement touristique

Le terme de guide touristique est relativement récent, mais il est considéré comme l'une des activités principales soutenant le succès du tourisme. Il implique la conduite, l'organisation et la gestion des voyages touristiques, ainsi que la mise en œuvre des programmes touristiques pour le touriste ou le groupe touristique. Cela inclut l'accompagnement et la prise en charge des touristes depuis leur arrivée jusqu'à leur départ, l'organisation, la planification et la facilitation de leurs déplacements et de leur hébergement, et l'aide à la pratique des différentes formes et activités touristiques prévues dans leurs programmes. De plus, il s'agit de fournir aux touristes les informations explicatives nécessaires. C'est du terme "guidage touristique" que dérive le nom de guide touristique, qui est la personne chargée de mettre en œuvre les activités de guide touristique.

Le métier de guide touristique est un phénomène historique ancien, associé aux voyages et aux déplacements. Depuis des milliers d'années, les gens veillaient à emmener avec eux un guide de voyage capable de les mener à leur destination en toute sécurité et tranquillité. Ainsi, nous aborderons dans ce qui suit, la notion de guidage touristique, les conditions d'exercice du métier de guide touristique, les procédures de demande d'accréditation en tant que guide touristique et les missions du guide touristique selon la réglementation Algérienne.

Il existe plusieurs définitions données par les légistes pour décrire le guide touristique. Certains le définissent comme étant la personne titulaire d'une licence de guide, qui accomplit, moyennant une rémunération déterminée, des tâches d'accompagnement des touristes et de guidage vers les sites historiques, les musées et les lieux d'intérêt touristique. D'autres le considèrent comme une activité complémentaire au tourisme, qui nécessite des compétences pratiques et techniques élevées, en ce qui concerne les aspects géographiques, naturels et culturels. Quant au guide touristique, c'est la personne qui se charge des explications et de l'accompagnement des touristes contre une rémunération.¹³⁹

Dans la législation algérienne, le guide touristique est défini à l'article 2 du décret exécutif n° 92-121 portant organisation de la profession de guide touristique comme étant toute personne physique accompagnant les touristes, qu'ils soient nationaux ou étrangers, de manière permanente ou saisonnière, contre

¹³⁹ Assir Yousra, "L'industrie du tourisme entre théorie et application", Dar Al-Multaqa Al-Masry, Créativité et Développement, Égypte, 2003, page 219

rémunération, lors de voyages touristiques ou de circuits organisés à bord de véhicules de transport public, sur la voie publique, ou lors de la visite de bâtiments historiques, de musées et de sites naturels, organisés par des personnes physiques ou morales qualifiées pour effectuer des activités de guidage touristique.¹⁴⁰

Il apparaît dans ce texte que la profession de guide touristique est réservée aux personnes physiques, bien qu'il y ait une contradiction dans l'article 2 susmentionné, où il est d'abord mentionné "toute personne physique" puis, à la fin de l'article, il est précisé que les activités de guidage touristique peuvent être réalisées par des personnes physiques ou morales.

Cependant, cette contradiction a été corrigée par le législateur algérien par le décret exécutif n° 224-06, qui fixe les conditions d'exercice du métier de guide touristique et ses modalités. Ce décret a maintenu le texte de l'article 2, mais a supprimé la possibilité pour les personnes morales d'exercer le guidage touristique.¹⁴¹

Comme nous l'avons suscité, l'exercice de la profession de guide touristique en Algérie est régi par le décret exécutif n°224-06 portant les modalités d'exercice de l'activité de guide touristique. Ce décret définit les conditions générales et spécifiques que doit remplir tout individu souhaitant exercer cette profession. Outre le législateur Algérien a organisé à travers ce décret, l'activité de guide touristique en deux catégories principales à savoir :¹⁴²

- Le guide de tourisme national, qui est apte à exercer ses activités sur l'ensemble du territoire national ;
- Le guide de tourisme local, qui lui est autorisé à exercer ses activités sur le territoire d'une ou de deux wilayas.

Bien évidemment, l'activité de guide de tourisme est soumise à l'obtention préalable d'un agrément délivré par le ministre chargé du tourisme et une inscription au registre de commerce.

De plus, pour postuler à cette activité le candidat doit remplir les Conditions(générales) suivantes:¹⁴³

- Être âgé d'au moins vingt et un (21) ans.

¹⁴⁰ Décret exécutif n° 92-21 en date du 14 mars 1992, portant organisation de la profession de guide touristique, JO n° 21 publié le 18 mars 1992 (modifié et complété) par le décret exécutif n° 96-341 en date du 12 octobre 1996, JO n° 60

¹⁴¹ Décret exécutif n° 06-224 en date du 21 mai 2006, relatif à la détermination des conditions d'exercice de la profession de guide touristique et de ses modalités, publié dans le JO n° 42

¹⁴² Voir article 3 du décret exécutif n° 06-224

¹⁴³ Voir article 04,05,06 du décret exécutif n° 06-244 op-cite

- Avoir la capacité physique d'exercer l'activité de guide touristique.
- Jouir des droits civils et nationaux.
- Prouver une qualification professionnelle en relation avec l'activité de guidage touristique.

Cependant, afin d'exercer l'activité de guide touristique national il faut également selon l'article 6 du décret exécutif n° 06-224 :

- Posséder un diplôme supérieur dans le domaine de l'histoire, de l'art, de l'archéologie, du tourisme, des sciences naturelles ou de l'architecture.
- Maîtriser, en plus de la langue arabe, deux langues étrangères ou plusieurs langues étrangères.

3.2.1 Procédures de demande d'accréditation en tant que guide touristique

Quant aux modalités et procédures de soumission du dossier, elles sont détaillées à l'article 7 du décret exécutif n° 06-224 susmentionné, et le dossier doit comprendre les documents suivants :

- Un extrait d'acte de naissance.
- Un extrait du casier judiciaire (bulletin n° 3), daté de moins de trois (3) mois ;
- Les documents justifiant la qualification professionnelle

Ainsi, conformément à l'article 11 du décret n° 06-224, si la demande d'accréditation en tant que guide touristique est acceptée, il convient de noter que cette accréditation est personnelle, non limitée dans le temps et non transférable, par exemple, par location. Cependant, elle peut être annulée par les autorités compétentes si elles estiment qu'il y a une raison valable ou justifiée. Une fois l'accréditation accordée, le guide touristique est inscrit dans le registre des performances tenu par le ministère chargé du Tourisme. Une carte de guide touristique est également délivrée.

3.2.2 Missions du guide touristique

L'article 25 du décret exécutif n° 06-224 susmentionné définit les missions et services offerts par le guide touristique, qui sont :

- Fournir un service de guide touristique de la meilleure manière possible.
- Respecter les lois et réglementations régissant l'activité.
- Inscrire toutes les opérations de guidage touristique dans un registre numéroté et visé par les services compétents du ministère du Tourisme.

3.3 Analyse des enjeux juridiques d'investissement dans les structures hôtelières en Algérie

L'apparition des hôtels est liée depuis l'Antiquité à l'hospitalité, un comportement caractéristique de l'être humain, visant à satisfaire les besoins des voyageurs de passage pour des raisons de visite, de commerce, etc. Avec l'expansion des villes, l'augmentation des relations entre les personnes et la diffusion des échanges, notamment commerciaux, les voyages se sont intensifiés, nécessitant la mise à disposition de logements adaptés aux besoins des voyageurs, en particulier dans les grandes villes commerciales. Ainsi, la nécessité de créer des espaces d'hébergement offrant des services aux voyageurs est apparue.

En Algérie, les hôtels, comme d'autres grandes institutions, ont été créés par l'État immédiatement après l'indépendance en plus des établissements déjà existants à l'époque. Il s'agissait de grands complexes touristiques appartenant à l'État. Avec les réformes économiques touchant les entreprises économiques, le secteur privé a émergé, obtenant une partie de ces établissements hôteliers. Par conséquent, le secteur privé peut désormais investir dans le domaine hôtelier. Il est donc essentiel d'aborder le cadre juridique des établissements hôteliers et les conditions et modalités d'exploitation des établissements hôteliers.

Le secteur hôtelier, comme tout autre secteur, est soumis à des lois réglementaires visant à accompagner et contrôler son fonctionnement, ainsi qu'à appliquer les règles relatives aux opérations de classement. Dans ce cadre, le législateur algérien a établi un ensemble de textes législatifs régissant l'activité hôtelière et a défini à travers ces textes les établissements hôteliers.

Les textes législatifs régissant le secteur des établissements hôteliers incluent :¹⁴⁴

- Loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie.¹⁴⁵
- Décret exécutif n° 2000-131 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 fixant la composition et le fonctionnement de la commission compétente chargée de l'étude des plans de projets hôteliers¹⁴⁶

¹⁴⁴ <https://bawabatic.dz> consulté le 30 avril 2024

¹⁴⁵ Loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie.

¹⁴⁶ Décret exécutif n° 2000-131 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 fixant la composition et le fonctionnement de la commission compétente chargée de l'étude des plans de projets hôteliers

- Décret exécutif n° 06-325 du 25 Chaâbane 1427 correspondant au 18 septembre 2006 fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers¹⁴⁷
- Décret exécutif n° 19-158 du 24 Chaâbane 1440 correspondant au 30 avril 2019 définissant les établissements hôteliers et fixant les conditions et les modalités de leur exploitation, de leur classement et d'agrément de leur gérant.¹⁴⁸

Conformément à l'article 2 du décret exécutif n° 158-19 mentionné ci-dessus, les établissements hôteliers sont définis comme :

« Tout établissement à caractère commercial qui accueille des clients de passage ou résidents sans qu'ils n'en fassent leur domicile, et qui leur fournit principalement des services d'hébergement accompagnés des services associés. » La deuxième section de l'article 2 ajoute que les établissements hôteliers peuvent, en fonction de leur type et de leur emplacement, être équipés d'installations offrant des services de restauration, de loisirs, de détente, d'animation, de soins, de bien-être, de confort, de sport, de conférences, de complexes maritimes (marinas), de ports de plaisance et de toutes autres activités liées au tourisme.

3.3.1 Les établissements hôteliers concernés par ce décret sont ¹⁴⁹:

- Les hôtels
- Les complexes touristiques ou villages de vacances
- Les appart-hôtels ou résidences hôtelières
- Les motels ou auberges de route
- Les campings touristiques

Le législateur algérien a définis chacun de ces établissements comme suit¹⁵⁰ :

3.3.1.1 Les hôtels :

en application des dispositions de ce décret aux établissements mentionnés ci-dessus, intégrés dans les stations thermales et les centres de

¹⁴⁷ Décret exécutif n° 06-325 du 25 Chaâbane 1427 correspondant au 18 septembre 2006 fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers

¹⁴⁸ Décret exécutif n° 19-158 du 24 Chaâbane 1440 correspondant au 30 avril 2019 définissant les établissements hôteliers et fixant les conditions et les modalités de leur exploitation, de leur classement et d'agrément de leur gérant.

¹⁴⁹ Article 3 du décret exécutif n° 19-158 op-cite

¹⁵⁰ Voir article 4,5,6,7 du même décret

thalassothérapie, définis dans les dispositions du décret exécutif n° 07-69 du 1er Safar 1428 correspondant au 19 février 2007 et mentionnés ci-dessus. L'hôtel est un établissement qui offre, à la location, des unités d'hébergement, sous forme de chambres et de suites le cas échéant, situées dans un bâtiment et/ou dans des structures séparées. Il comprend également des services de restauration et d'animation. Les hôtels sont classés en cinq (5) catégories :

Première catégorie : 5 étoiles.

Deuxième catégorie : 4 étoiles.

Troisième catégorie : 3 étoiles.

Quatrième catégorie : 2 étoiles.

Cinquième catégorie : 1 étoile.

3.3.1.2 Le complexe touristique ou village de vacances :

C'est un établissement qui offre à la location des unités d'hébergement, isolées ou regroupées, situées dans un hôtel ou plusieurs hôtels, ou dans des ensembles d'appartements, de chalets ou de bungalows. Il propose divers services commerciaux, de restauration, de détente, de jeux, de sport et de loisirs. Les complexes touristiques ou villages de vacances sont classés en trois (3) catégories :

Première catégorie : 3 étoiles.

Deuxième catégorie : 2 étoiles.

Troisième catégorie : 1 étoile.

3.3.1.3 Les appartements d'hôtel ou résidences hôtelières :

Ce sont des établissements qui offrent à la location des unités d'hébergement sous forme d'appartements isolés ou regroupés, équipés d'une cuisine et pouvant proposer des services de restauration et de divertissement. Les appartements d'hôtel ou résidences hôtelières sont classés en trois (3) catégories :

Première catégorie : 3 étoiles.

Deuxième catégorie : 2 étoiles.

Troisième catégorie : 1 étoile.

3.3.1.4 Le motel ou relais routier :

C'est un établissement situé près d'un axe routier, offrant à la location des unités d'hébergement sous forme de chambres situées dans un bâtiment et/ou dans des structures séparées, principalement destinées aux clients de passage qui sont essentiellement des usagers de la route. Il peut également proposer

des services de restauration et d'animation. Les motels ou relais routiers sont classés en trois (3) catégories :

Première catégorie : 3 étoiles.

Deuxième catégorie : 2 étoiles.

Troisième catégorie : 1 étoile.

3.3.1.5 Le camping touristique

C'est un établissement d'hébergement situé dans un espace aménagé, fermé et surveillé, offrant à la location des chalets ou des bungalows sous forme de structures légères, ou des emplacements destinés à accueillir des campeurs, équipés des installations nécessaires pour leur séjour. Il peut également proposer des emplacements équipés de matériel de camping fixe ou mobile, ainsi que des services sanitaires et de restauration collective. Les campings touristiques sont classés en trois (3) catégories :

Première catégorie : 3 étoiles.

Deuxième catégorie : 2 étoiles.

Troisième catégorie : 1 étoile.

3.3.2 Conditions et modalités d'exploitation des établissements hôteliers :

La mise en exploitation d'un établissement hôtelier et son classement en catégories, ainsi que l'agrément de son gestionnaire, sont soumis, conformément à l'article 9 du décret exécutif n° 158-19 susmentionné, à l'obtention d'une licence d'exploitation, d'une décision de classement et d'un agrément du gestionnaire, respectivement.

Le candidat à l'exploitation d'un établissement hôtelier dépose une demande auprès des services de la direction wilaya chargée du tourisme, contre récépissé, accompagnée d'un dossier pour obtenir la licence d'exploitation, le classement et l'agrément du gestionnaire.

3.3.2.1 Le dossier se compose des documents suivants¹⁵¹ :

- Une copie de la carte d'identité nationale du demandeur ou du représentant légal de la personne morale, ainsi que celle du gestionnaire de l'établissement hôtelier.

¹⁵¹ Article 10 du décret exécutif 19-158 Op-cite

- Les documents attestant de la compétence professionnelle du gestionnaire de l'établissement hôtelier conformes aux exigences liées au critère de classement correspondant.
- Une copie du titre de propriété, du bail ou de la concession de l'établissement hôtelier.
- Une copie du certificat de conformité des travaux réalisés conformément aux dispositions de la loi n° 29-90 du 14 Joumada al-Awwal 1411 correspondant au 1er décembre 1990, susmentionnée.
- Une copie du certificat de conformité aux règles de sécurité contre les risques d'incendie délivré par les services de la protection civile compétents territorialement.
- Une copie du plan de sécurité interne de l'établissement, approuvé par les services de sécurité compétents territorialement.
- Une copie des statuts de la personne morale, le cas échéant.

3.3.2.2 Exploitation des établissements hôteliers :

Les licences d'exploitation des établissements hôteliers sont délivrées par le wali compétent territorialement, sur proposition du directeur wilaya chargé du tourisme. Les services de sécurité concernés sont consultés dans le cadre de l'examen des demandes d'exploitation. La licence est refusée si les conditions nécessaires à sa délivrance ne sont pas remplies ou si les résultats des enquêtes des services de sécurité sont négatifs. La décision de refus, motivée, est notifiée au demandeur par tous moyens.

La licence d'exploitation est incessible et sa propriété ne peut être transférée. Toutefois, en cas de décès du propriétaire, les ayants droit peuvent continuer à exploiter l'établissement hôtelier à condition de se conformer aux dispositions du décret 158-19 dans un délai maximum d'un (1) an, renouvelable, à compter de la date du décès.

Le titulaire de la licence d'exploitation de l'établissement hôtelier est tenu de commencer l'activité dans un délai maximum de six (6) mois à compter de sa réception. En cas de non-respect de ce délai, le titulaire de la licence reçoit une mise en demeure de la part des autorités ayant délivré la licence.

Classification des établissements hôteliers¹⁵² :

Conformément à l'article 18, les établissements hôteliers sont classés en catégories selon les critères définis dans l'annexe de ce décret.

¹⁵² Voir les articles 12, 13, 14, 15, 16 et 17 du décret exécutif 19-158 op-cite

Une commission wilaya de classification des établissements hôteliers est créée auprès du wali, appelée dans le texte la "commission wilaya". Elle est composée des membres suivants :

- Le directeur wilaya chargé du tourisme, président.
- Le directeur wilaya chargé de la réglementation.
- Le directeur wilaya chargé du commerce.
- Le directeur wilaya chargé de la santé.
- Le directeur wilaya chargé de l'environnement.
- Le directeur wilaya chargé de la culture.
- Le directeur wilaya chargé de la sécurité nationale.
- Le directeur wilaya chargé de la protection civile.
- Un représentant du directeur général de l'Agence nationale de développement du tourisme.
- Le représentant local de l'organisation professionnelle la plus représentative de l'hôtellerie.

La commission peut faire appel à toute personne dont la compétence peut l'aider dans ses travaux.

Les services de la direction wilaya chargée du tourisme assurent le secrétariat technique de la commission wilaya.

Le wali, après avis de la commission wilaya, émet une décision de classification des établissements hôteliers en catégories. La commission donne son avis sur :

- La conformité des demandes de classification des établissements hôteliers avec les critères requis.
- Le reclassement des établissements hôteliers dans une catégorie supérieure ou leur déclassement dans une catégorie inférieure.

La commission rend son avis sur la base des documents précisés à l'article et du rapport d'inspection réalisé par les services compétents du ministère chargé du tourisme ou des résultats de la visite sur site effectuée par les membres de la commission de classification. La classification est déterminée tous les cinq ans et peut être révisée à la hausse lorsque l'établissement hôtelier remplit toutes les conditions requises pour cette catégorie, ou abaissée après mise en demeure si les caractéristiques de l'établissement ne correspondent plus aux conditions de la catégorie précédemment attribuée.

La classification accordée est matérialisée par l'apposition d'un insigne officiel de classification, délivré contre paiement par l'Agence nationale de développement du tourisme sur présentation de la décision de classification. Les spécifications de

l'insigne de classification hôtelière et les informations y figurant sont définies par arrêté du ministre chargé du tourisme.

3.3.3 Agrément du gérant de l'établissement hôtelier :

Outre, l'agrément du gérant d'un établissement hôtelier est délivré par le wali compétent territorialement, sur proposition du directeur wilaya chargé du tourisme. Le wali se prononce sur la demande d'agrément sur la base des documents justifiant l'identité et la compétence professionnelle du gestionnaire de l'établissement hôtelier. Le gérant agréé assume la responsabilité de la gestion de l'établissement hôtelier. Il incombe aux utilisateurs de l'établissement hôtelier d'informer l'administration chargée du tourisme de cette situation.

En cas de nécessité de désigner un nouveau gestionnaire, celui-ci doit être agréé dans un délai d'un mois suivant la démission du gestionnaire de l'établissement ou la résiliation de son contrat de travail. Dans ce cas, la désignation d'un nouveau gestionnaire agréé doit être effectuée dans un délai de deux mois.

Notons à cela que l'article 35 du décret exécutif n° 19-185, abroge les dispositions du décret exécutif n° 2000-46 du 1er mars 2000 qui définit les établissements hôteliers et régleme leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les conditions d'exploitation (complémentaire), le décret exécutif n° 2000-130 du 11 mai 2000 qui établit les critères de classification des établissements hôteliers en catégories et les conditions y afférentes (modifié), et le décret exécutif n° 134-2000 du 11 mai 2000 qui définit les caractéristiques de l'agrément du gérant d'un établissement hôtelier.

3.4 Législation et investissements dans les sources thermales et la thalasso thérapie en Algérie

Le décret n° 01-03 susmentionné n'a pas négligé un domaine de l'investissement touristique lié à l'immobilier et à l'environnement naturel, à savoir les eaux thermales. Celles-ci ont été intégrées parmi ses priorités, après avoir été longtemps marginalisées par les responsables du secteur. La mission de déterminer, d'identifier et de valoriser les sources des eaux thermales incombe à l'État, qui est chargé d'établir un bilan thermal et de le mettre à jour en continu. Ce bilan est approuvé par voie réglementaire, et l'utilisation et l'exploitation des eaux thermales sont soumises au régime de concession conformément à un cahier des charges.

Le décret exécutif n° 69-07¹⁵³ a défini les conditions et modalités d'octroi de la concession pour l'utilisation et l'exploitation des eaux thermales. Grâce à ce décret, l'investissement touristique dans le domaine des eaux thermales a été dynamisé par le biais d'un mécanisme d'octroi d'un droit de concession non transférable. Ce droit confère au bénéficiaire le droit d'utiliser et d'exploiter ces eaux thermales après que l'État les ait aménagées conformément à leur nature touristique.

L'article 2 du décret exécutif n° 69-07 définit les eaux thermales comme étant des eaux captées à partir d'un puits foré ou d'une source naturelle, et qui peuvent avoir des propriétés thérapeutiques en raison de la nature spécifique de leurs sources, ainsi que de la stabilité de leurs caractéristiques naturelles et de leur composition chimique.

Outre, les eaux de mer, après avoir été traitées et enrichies de différents additifs, peuvent être classées comme des eaux thermales pour bains minéraux si elles démontrent des propriétés médicales et thérapeutiques certifiées par des laboratoires agréés. D'après l'article 5 du décret n° 69-07, une institution thermale est toute organisation utilisant des eaux thermales et leurs dérivés à des fins thérapeutiques et de remise en forme. De même, une institution de thalassothérapie est définie comme toute organisation utilisant des eaux de mer traitées pour des fins thérapeutiques et de remise en forme.

Nous allons donc dans ce qui suit voir la définition, la classification, la surveillance et la protection des eaux thermales. Puis nous essayerons de spécifier les conditions d'octroi des concessions, et enfin de détailler les procédures liées à l'attribution des concessions pour l'exploitation des eaux thermales.

3.4.1 Définition et classification des eaux thermales :

Conformément à l'article 8 du décret exécutif n° 69-07, les eaux thermales sont soumises à une identification et à des analyses bactériologiques. La reconnaissance des eaux thermales consiste à évaluer l'importance de leurs ressources, à identifier leurs caractéristiques, à déterminer leurs propriétés thérapeutiques et les traitements curatifs qui leur sont associés. Des laboratoires agréés, conformément à la réglementation en vigueur, sont chargés de cette vérification.

¹⁵³ Décret exécutif n° 07-69 fixant les conditions et les modalités d'octroi de la concession d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales. Journal officiel de la République algérienne n° 13, 21 février 2007, p. 7 à 15

3.4.1.1 Demande de reconnaissance des eaux thermales :

La demande de reconnaissance des eaux thermales peut être faite par :

- Le titulaire d'un permis de travaux de recherche et de captation d'eau, obtenu conformément aux réglementations en vigueur, qui souhaite exploiter la source à des fins thérapeutiques.
- Les organismes d'État en vue de l'inventaire et de la protection des eaux thermales.

L'approbation de la reconnaissance des eaux thermales, l'évaluation de l'importance de leurs ressources et la détermination de leurs caractéristiques thérapeutiques sont faites par arrêté du ministre chargé des eaux thermales. Les eaux thermales sont ensuite classées par le ministre chargé du tourisme, sur proposition du comité technique des eaux thermales, après consultation du ministre chargé des ressources en eau, dans un délai d'un mois à compter de la notification. Ce classement prend en compte leur situation géologique, leur débit d'eau et de gaz, leur température, leur résistance électrique, leur radioactivité éventuelle, leur composition physico-chimique et leurs applications thérapeutiques. Si, à l'expiration de ce délai, le ministre chargé des ressources en eau donne une réponse favorable, le classement est validé.

3.4.1.2 Surveillance et protection des eaux thermales :

Les eaux thermales doivent faire l'objet d'une surveillance continue par les institutions d'État compétentes. Selon le décret exécutif n° 69-07, la surveillance vise à contrôler la stabilité et la qualité des eaux thermales. Cette surveillance peut également s'étendre aux installations de captation, de transformation et aux moyens de transport des eaux.

Les eaux thermales ne peuvent être utilisées à des fins thérapeutiques et de traitement approprié que si elles sont exemptes de toute turbidité et de toute contamination ou infection bactérienne, détectées par une surveillance régulière et continue.

Les sources thermales peuvent être déclarées d'utilité publique et intégrées dans le bilan thermal approuvé par décret, conformément aux dispositions de la loi n° 01-03 relative au développement durable du tourisme, en raison de la valeur thérapeutique de leurs eaux, de leur débit et de la possibilité d'exploiter leur site. Conformément à l'article 15 du décret susmentionné, la protection des eaux thermales d'utilité publique incombe aux organismes et institutions spécialisés de

l'État. Une zone de protection est établie autour des sources thermales déclarées d'utilité nationale.¹⁵⁴

Un périmètre sanitaire de protection rapprochée où toutes les activités pouvant affecter la qualité de l'eau sont interdites ou réglementées.

- La mise en œuvre de cette disposition est fixée par un arrêté conjoint entre le ministre des Ressources en eau et le ministre du Tourisme.

- Les périmètres de protection peuvent être modifiés si de nouvelles circonstances l'exigent. Cela interdit l'établissement de toute activité commerciale, industrielle ou artisanale à l'intérieur de ces périmètres.

Il est interdit de pratiquer toute activité souterraine dans le périmètre de protection d'une source déclarée d'utilité publique sans une autorisation explicite des services compétents. De plus, il est interdit de répandre des engrais organiques d'origine humaine, animale ou industrielle, de déverser des déchets domestiques ou autres, ainsi que d'entreprendre des travaux susceptibles de troubler la qualité de l'eau, de réduire son débit ou de modifier son cours dans ces périmètres de protection.¹⁵⁵

Lorsque les terrains situés dans les limites des périmètres de protection, tels que définis ci-dessus, appartiennent à une personne de droit privé, ils doivent être réglementés conformément aux dispositions des périmètres de protection mentionnées ci-dessus, sans préjudice des dispositions de la loi n° 05-12 relative à l'eau¹⁵⁶.

Il est interdit d'utiliser les eaux reconnues comme thermales sur tout le territoire national, conformément aux dispositions de ce décret, à des fins agricoles, industrielles ou autres non thérapeutiques.¹⁵⁷

3.4.2 Conditions d'octroi de la concession

Le demandeur de la concession pour l'utilisation et l'exploitation des eaux thermales doit satisfaire aux conditions définies par le décret exécutif n° 69-07, à savoir¹⁵⁸ :

- Être propriétaire du terrain où se trouve la source thermale.

¹⁵⁴ Article 16 du décret exécutif 07-69 Op-cite

¹⁵⁵ Voir Article 17, 18, 19 du décret exécutif 07-69 Op-cite

¹⁵⁶ Loi n° 12-05 du 4 août 2005 relative à l'eau, Journal officiel n° 60 du 4 septembre 2005, modifiée et complétée par la loi n° 03-08 du 23 janvier 2008, Journal officiel n° 14 du 27 janvier 2008, modifiée et complétée par l'ordonnance n° 09-10 du 26 mai 2009, Journal officiel n° 44 du 26 mai 2009.

¹⁵⁷ Article 21 du décret exécutif 07-69 Op-cite

¹⁵⁸ Article 25 idem

- Être titulaire d'un droit d'usufruit ou d'un bail notarié précisant expressément l'objectif d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales concernées pour une durée au moins égale à celle de la concession. Si le demandeur n'est ni propriétaire ni locataire pour la durée mentionnée, il doit¹⁵⁹ :
- Prouver sa compétence professionnelle liée à l'activité,
- Ou avoir recours à la collaboration permanente et effective d'une personne physique chargée de la gestion des installations thérapeutiques et de remise en forme, répondant à l'une des conditions suivantes :
- Détenir un diplôme en médecine,
- Ou détenir un diplôme de technicien supérieur en santé publique et travailler sous la supervision d'un médecin contractuel.

Lorsque la demande concerne l'ouverture d'un établissement de thalassothérapie pour l'utilisation des eaux marines, le demandeur doit, en plus des conditions mentionnées ci-dessus, prouver les éléments suivants :

- Disposer du terrain où l'établissement de thalassothérapie doit être implanté, conformément à la loi n° 02-02 du 5 février 2002.
- Posséder une concession ou une autorisation d'utilisation des eaux marines, conformément à l'article 10 de l'ordonnance n° 76-80.

En cas de refus du propriétaire du terrain sur lequel s'écoule une source thermale déclarée d'utilité publique d'autoriser toute utilisation ou exploitation dans le cadre de ce décret, ou de louer ou vendre le terrain, la propriété peut être expropriée conformément aux dispositions de la loi n° 91-11¹⁶⁰, après une mise en demeure d'un an par le wali compétent.

3.4.2.1 Procédures d'octroi de la concession pour l'exploitation des eaux thermales

La demande de concession doit être envoyée en cinq (5) exemplaires au ministre chargé des eaux thermales par l'intermédiaire du wali compétent territorialement, qui s'engage à transmettre cette demande avec son avis dans un délai ne dépassant pas deux (2) mois. La demande doit être accompagnée d'un dossier comprenant les documents suivants¹⁶¹:

¹⁵⁹ Article 26 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶⁰ Loi n° 91-11 fixant les règles relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique. Journal officiel de la République algérienne n° 21, 8 mai 1991, p. 577 à 579

¹⁶¹ Article 28 du décret exécutif 07-69 op-cite

- Le nom, le prénom et le domicile du demandeur de la concession, et s'il s'agit d'une personne morale, le nom de l'entreprise et l'adresse de son siège social.
- Le nom proposé pour la source, qui doit être différent de celui de toute autre source et choisi en dehors de toute dénomination géographique.
- Un extrait de carte à l'échelle 1/50 000 ou 1/20 000 si cela est impossible, et un plan indiquant l'emplacement de la source.
- Pour les établissements de thalassothérapie, un extrait de carte à l'échelle 1/50 000 ou 1/20 000 si cela est impossible, et un plan indiquant l'emplacement de l'établissement par rapport à la mer.
- Une autorisation d'exploitation des eaux de mer pour les établissements de thalassothérapie.
- Des informations précises sur le volume quotidien de la source, les variations saisonnières possibles, sa température, son contenu en germes, et les propriétés thérapeutiques de ses eaux.
- La localisation de la source thermale pour laquelle la concession est demandée, conformément aux données réglementaires présentes dans l'inventaire thermal.
- Les statuts de la société, le cas échéant.
- Une description des installations prévues pour la captation et l'acheminement des eaux.
- Le titre de propriété ou l'acte de jouissance du terrain sur lequel l'établissement thermal doit être construit.
- Une description des installations thérapeutiques prévues ou déjà réalisées.
- Après réception de la demande accompagnée du dossier et de l'avis du wali.

le ministre chargé des eaux thermales peut demander tout autre document ou information jugé nécessaire¹⁶². Ensuite, il soumet la demande et le dossier à la commission technique des eaux thermales pour étude

La commission technique doit rendre son avis dans un délai d'un (1) mois à compter de la date de sa saisine par le ministre chargé des eaux thermales¹⁶³.. La commission technique des eaux thermales peut émettre les décisions suivantes¹⁶⁴ :

¹⁶² Article 29 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶³ Article 30 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶⁴ Article 31 du décret exécutif 07-69 op-cite

- Un avis favorable.
- Un avis favorable assorti de conditions que le demandeur doit remplir.
- Un avis défavorable.

En cas d'avis favorable de la commission technique, le ministre chargé des eaux thermales doit statuer définitivement sur la demande de concession dans un délai d'un mois à compter de la date de réception de l'avis de la commission. La demande de concession peut être refusée pour les raisons suivantes¹⁶⁵ :

- Lorsque la demande de concession ne satisfait pas aux conditions définies par le décret n° 69-07.
- Lorsque le demandeur a fait l'objet d'un retrait définitif de concession en cas de turbidité, de pollution ou d'infection bactérienne des eaux objet de la demande de concession.

Le refus de la concession doit être motivé et notifié au demandeur dans le délai mentionné à compter de la date de réception de la demande. Le demandeur peut faire appel auprès du ministre chargé des eaux thermales dans un délai d'un mois à compter de la notification de la décision de refus. Le ministre dispose d'un délai d'un mois à compter de la date de réception de l'appel pour statuer sur celui-ci.¹⁶⁶

Les travaux relatifs à l'exploitation des eaux thermales doivent commencer au plus tard trois (3) mois après la date de l'octroi de la concession, qui est accordée pour une durée de 20 ans renouvelable, moyennant le paiement d'une redevance par le bénéficiaire de la concession, dont le montant est fixé dans la loi de finances.¹⁶⁷

L'autorité concédant peut annuler la concession dans les cas suivants¹⁶⁸ :

- Non-respect des clauses stipulées dans le cahier des charges.
- Lorsque la source reste non exploitée ou est exploitée de manière insuffisante pendant deux ans.
- Lorsque les eaux concédées ne sont pas utilisées comme élément thérapeutique et sont détournées de leur nature.
- Lorsque le concessionnaire ne réalise pas les analyses prévues dans le cahier des charges.

¹⁶⁵ Article 32 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶⁶ Voir article 33,34, 35 et 36 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶⁷ Article 38 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁶⁸ Article 39 du décret exécutif 07-69 op-cite

- L'autorité concédant peut également annuler la concession si le titulaire ne met pas en œuvre les mesures, actions ou travaux de maintenance exigés par les organismes de contrôle et de surveillance.
- Si l'entretien des installations est insuffisant et peut avoir des conséquences négatives sur la santé et la préservation des eaux souterraines.

En cas de décès du titulaire de la concession, ses ayants droit peuvent continuer à exploiter la concession à condition d'en informer le ministre chargé des eaux thermales par l'intermédiaire du wali territorialement compétent dans un délai de deux mois et de se conformer aux dispositions du décret exécutif n° 69-07 dans un délai de six (6) mois à compter de la date du décès.

Les eaux thermales doivent être livrées et fournies aux utilisateurs dans l'état dans lequel elles se trouvent à leur émergence. Elles sont soumises à des contrôles inopinés ou annoncés par les services de l'État. Toute modification observée dans les caractéristiques de l'eau fait l'objet d'une nouvelle analyse dans un laboratoire agréé aux frais du titulaire de la concession. Si le changement observé est confirmé par cette nouvelle analyse, le ministre chargé des eaux thermales est informé pour donner son avis sur les caractéristiques de l'eau thermale. Dans ce cas, les mesures suivantes peuvent être prises :

- Maintien de la désignation de l'eau thermale.
- Suspension temporaire de la concession si l'eau présente un danger pour la santé ou si elle ne contient plus aucune des caractéristiques reconnues lors de la désignation initiale. La récupération de cette désignation ne peut être décidée qu'après une nouvelle étude par la commission technique des eaux thermales.
- Résiliation de la concession si les caractéristiques de l'eau concernée changent de manière définitive et que l'eau perd ses propriétés reconnues.¹⁶⁹

L'octroi du droit de concession oblige le bénéficiaire à effectuer, sous le contrôle des services compétents des administrations chargées des eaux thermales, de la santé et de l'environnement, chacune dans son domaine et selon ses directives, les actions suivantes¹⁷⁰ :

- Surveillance et entretien de la source
- Surveillance et contrôle de l'eau conformément aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur

¹⁶⁹ Voir les articles 40, 41, 42, 43 et 44 du décret exécutif 07-69 op-cite

¹⁷⁰ Article 45 du décret exécutif 07-69 op-cite

- Tous les travaux de réalisation ou de rénovation nécessaires des installations

Ces mesures visent à garantir que l'exploitation des eaux thermales respecte les normes de qualité et de sécurité, protégeant ainsi la santé publique et l'environnement.

Section 02 : Nouvelles Perspectives d'Investissement en Algérie: Principes et Garanties dans le cadre de la Loi N° 22-18

Le législateur Algérien a décrété, en 2022, une nouvelle loi sur l'investissement, et ce dans le cadre de la mise en œuvre des dispositions constitutionnelles. La loi n° 22-18¹⁷¹, vise tout d'abord à renforcer l'attractivité économique, mais aussi, à placer un cadre juridique clair pour les investisseurs nationaux et étrangers. Ce texte s'inscrit dans une démarche visant à consolider les principes et les garanties pour encourager les investissements, en particulier dans un contexte économique global instable. Cette loi ambitionne non seulement de protéger les droits des investisseurs, mais aussi de promouvoir une dynamique de croissance durable en Algérie.

1 Les Principes d'investissement sous la loi n°22-18

La loi sur l'investissement n° 22-18 établit plusieurs principes fondamentaux destinés à structurer l'investissement en Algérie, avec pour objectif d'impulser un nouveau souffle à l'économie nationale dans cette période de transition critique. Ces principes sont les suivants:

1.1 Le principe de transparence et d'égalité de traitement des investissements

Le principe de transparence et d'égalité figure parmi les fondements essentiels de la nouvelle loi n° 22-18. Il est conçu pour libéraliser l'investissement et encourager les investisseurs, qu'ils soient algériens ou étrangers, à choisir l'Algérie comme terre d'opportunités. L'investissement est défini ici comme toute opération visant à constituer ou à accroître le capital, augmentant ainsi le patrimoine matériel du pays. En termes économiques, cela désigne l'apport par

¹⁷¹ Loi n° 22-18 du 24 juillet 2022 relative à l'investissement journal officiel n° 50

l'investisseur étranger de ressources financières, technologiques et de savoir-faire dans divers domaines au profit du pays hôte.

La loi distingue aussi l'investissement comme l'acquisition d'actifs destinés à la création de nouvelles activités, à l'expansion des capacités de production ou à la réhabilitation et à la restructuration d'entreprises existantes. Elle définit les formes d'investissement incluant des apports en capital financier ou en nature, des prises de participation, ainsi que des opérations de privatisation partielle ou totale.¹⁷²

Le principe d'égalité garantit à tous les investisseurs, nationaux ou étrangers, le droit de bénéficier des mêmes avantages sans discrimination. Ce principe, déjà consacré par les précédents textes législatifs, se retrouve renforcé dans la loi n° 22-18. L'article 3 de cette loi stipule expressément que l'égalité de traitement entre les investisseurs est un pilier fondamental.

1.1.1 Le principe de liberté d'investissement

Le principe de liberté de l'investissement est aussi capital dans la loi n° 22-18, cette dernière considère que la liberté est consacrée pour tout investisseur, qu'il soit une personne physique ou morale, algérienne ou étrangère, résidente ou non-résidente, il est libre également de choisir ses activités d'investissement, dans le respect de la législation en vigueur.¹⁷³

Cette liberté est une avancée importante par rapport aux régulations antérieures, notamment le décret législatif n° 93-12¹⁷⁴ et l'ordonnance n° 01-03¹⁷⁵, qui limitaient cette liberté dans certains secteurs stratégiques. Néanmoins, la loi actuelle marque un changement en supprimant ces restrictions, permettant ainsi un accès plus ouvert à différents domaines d'activité. Le texte stipule explicitement que les investissements ne doivent plus être soumis à des contraintes excessives, hormis celles nécessaires pour protéger l'intérêt général.

Ce principe, dorénavant ancré dans la Constitution algérienne depuis la révision de 2020¹⁷⁶, symbolise un pas décisif vers une économie de marché libéralisée, avec un cadre plus favorable aux investisseurs étrangers. Dans le but

¹⁷² Voir article 3,4 et 5 de la loi 22-18 op.cit.

¹⁷³ Voir l'article 3 de la loi 22-18 op.cit.

¹⁷⁴ Décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement JO n° 64. Abrogé

¹⁷⁵ Ordonnance n° 01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement JO n° 47. Abrogée

¹⁷⁶ Voir article 26 de la modification constitutionnelle de 2020 date du 30 décembre 2020, journal officiel n°82

de créer un climat propice aux affaires en réduisant les obstacles bureaucratiques et en encourageant l'entrée de capitaux étrangers.

1.1.2 Le principe de protection des investisseurs

La loi n° 22-18 entrevoit pareillement des garanties renforcées pour les investisseurs, afin de les protéger contre d'éventuels abus ou incertitudes économiques. L'une des plus importantes de ces garanties est le droit de transférer librement les capitaux et les revenus générés par leurs investissements. Cette mesure est cruciale pour attirer les investissements étrangers, car elle rassure les investisseurs quant à la possibilité de rapatrier leurs profits.

Par ailleurs, la loi protège les investisseurs contre toute forme d'expropriation, sauf dans des cas exceptionnels d'utilité publique, et avec une compensation juste et équitable. De plus, les biens investis ne peuvent être réquisitionnés que dans les conditions strictement prévues par la loi.

Le principe de stabilité législative est également introduit, garantissant aux investisseurs que les lois en vigueur au moment de leur investissement resteront stables, à moins que les modifications législatives ne soient en leur faveur. Cela crée un environnement juridique prévisible, réduisant les risques pour les investisseurs.

1.1.3 Le principe de transparence et de numérisation des procédures

Parmi les aspects les plus novateurs de cette nouvelle loi (22-18), c'est l'introduction et la mise en place d'une plateforme numérique dédiée aux investisseurs, gérée par l'Agence algérienne de promotion de l'investissement, sous la supervision du Premier ministre.¹⁷⁷ Cette plateforme vise à faciliter les démarches administratives et à garantir une plus grande transparence dans le traitement des dossiers. Dans le cas du secteur du tourisme un portail électronique des services publics du secteur du tourisme a été mis à la disposition des investisseurs dans ce secteur afin de faciliter les transactions administratives et la transparence comme nous l'avons suscité dans le chapitre II. Cette numérisation permet non seulement d'accélérer les démarches, mais aussi d'éliminer les lourdeurs bureaucratiques qui ont freiné les investissements par le passé. Elle permet également de suivre en temps réel l'avancement des projets d'investissement, assurant ainsi un suivi transparent et efficace. Ce système

¹⁷⁷ Voir l'article 18, 19 et 23 de la loi 22-18 op.cit.

digital remplace progressivement l'ancien système de gestion en papier, offrant une plus grande efficacité et réduisant le risque d'arbitraire administratif.

La mise en place de cette plateforme s'inscrit dans une démarche plus large de modernisation de l'administration algérienne et constitue une avancée majeure pour la facilitation des investissements en Algérie.

1.2 Les garanties légales et judiciaires

La loi n° 22-18 met également en place un ensemble de garanties légales et judiciaires visant à renforcer la confiance des investisseurs et à les inciter à s'engager en Algérie sans craindre des obstacles juridiques ou administratifs. Ces garanties couvrent plusieurs aspects cruciaux pour protéger les droits et les intérêts des investisseurs.

1.2.1 Garanties légales

1.2.1.1 Le droit de cession et de transfert des investissements

La loi permet à tout investisseur de céder ou de transférer ses investissements sous certaines conditions, notamment l'obtention d'une autorisation préalable de l'Agence algérienne de promotion de l'investissement. Cette cession peut inclure des biens ou des actifs acquis dans le cadre de l'investissement, mais ces transferts doivent être effectués dans le respect des obligations légales, sous peine de restitution des avantages octroyés.

Cette flexibilité est destinée à rassurer les investisseurs en leur offrant la possibilité de modifier la structure de leurs investissements en fonction des besoins du marché ou de leurs propres stratégies économiques. De plus, elle garantit que les investisseurs peuvent récupérer leurs actifs en cas de réorientation de leurs projets ou de changements économiques.

1.2.1.2 Le droit de transférer les capitaux et les revenus générés

L'un des principaux attraits de la loi n° 22-18 est la possibilité offerte aux investisseurs étrangers de transférer librement les capitaux et les revenus issus de leurs investissements. Cette disposition, qui inclut les bénéfices, dividendes, et autres formes de revenus, est essentielle pour attirer les investissements internationaux, car elle permet aux investisseurs de rapatrier leurs gains sans entraves.

La loi étend également ces droits aux montants générés par la cession ou la liquidation des investissements, même si ces montants dépassent l'investissement

initial. Cette garantie rassure les investisseurs sur la sécurité et la flexibilité de leurs fonds en Algérie.

1.2.1.3 Protection contre la réquisition et l'expropriation

La loi protège les investisseurs contre la réquisition ou l'expropriation de leurs biens, sauf dans les cas où cela est absolument nécessaire pour des raisons d'utilité publique, et seulement après avoir assuré une compensation équitable. Ce principe est fondamental pour créer un climat de sécurité et de confiance parmi les investisseurs, nationaux et étrangers, car il empêche l'État de s'approprier arbitrairement les biens investis sans indemnisation adéquate.

Cette disposition rejoint les normes internationales en matière de protection des droits de propriété et vise à éviter les pratiques abusives qui pourraient dissuader les investissements étrangers.

1.2.2 Garanties judiciaires

1.2.2.1 Le droit de recours devant les juridictions nationales

La loi n° 22-18 consacre le droit pour les investisseurs de recourir aux juridictions algériennes pour tout litige lié à leurs investissements. Ce recours au droit national est un aspect central, car il reflète la souveraineté de l'État tout en assurant une protection judiciaire aux investisseurs en cas de conflit avec des administrations ou des parties tierces.

En cas de désaccord, les investisseurs peuvent également faire appel à des modes alternatifs de règlement des différends, tels que l'arbitrage ou la médiation, selon les termes des accords bilatéraux ou multilatéraux signés par l'Algérie. Cela permet de diversifier les voies de recours en cas de litige, en fonction des besoins spécifiques des investisseurs et des accords conclus.

1.2.2.2 La mise en place d'une commission nationale des recours

En application de l'article 11 de la loi n° 22-18, une commission nationale des recours en matière d'investissement a été créée sous l'autorité de la présidence de la République. Cette commission a pour mission de traiter les plaintes et les litiges soulevés par les investisseurs contre les décisions administratives pouvant affecter leurs projets d'investissement. Elle constitue une garantie supplémentaire pour les investisseurs contre toute forme d'abus administratif.

Les investisseurs peuvent adresser leurs recours à cette commission dans un délai de deux mois suivant la notification de la décision administrative contestée. La commission dispose d'un délai d'un mois pour rendre son verdict.

En outre, si l'investisseur n'est pas satisfait de la décision de la commission, il peut encore exercer un recours devant les juridictions compétentes.

L'article 11 précise également que, en cas de litige entre un investisseur étranger et l'État algérien, les recours peuvent être portés devant les juridictions nationales ou internationales, conformément aux accords bilatéraux ou multilatéraux ratifiés par l'Algérie. Cette disposition est un outil essentiel pour attirer les investisseurs internationaux, leur assurant une voie de règlement des différends neutre et impartiale.

1.2.2.3 L'interdiction de la réquisition et de l'expropriation

La loi n° 22-18 prévoit explicitement qu'un investissement ne peut faire l'objet de réquisition par l'administration que dans les cas prévus par la loi, et cela doit être accompagné d'une indemnisation juste et équitable, conformément aux dispositions légales en vigueur. Ce principe vise à garantir la protection de la propriété privée, inscrite dans la Constitution algérienne. L'article 14 de la loi n° 22-18 affirme que les biens investis ne peuvent être réquisitionnés que dans des cas exceptionnels d'utilité publique, et toujours avec une compensation financière appropriée.

Cela rejoint également les précédentes législations, comme le décret législatif n° 93-12 et l'ordonnance n° 01-03, qui protégeaient également les investisseurs contre les risques d'expropriation, sauf dans le cadre d'un intérêt public supérieur. Toutefois, la loi actuelle va plus loin en renforçant cette protection avec des garanties de transparence dans le processus d'indemnisation.

1.2.3 La garantie de la stabilité législative

La loi n° 22-18 consacre le principe de la stabilité législative à l'article 13,¹⁷⁸ garantissant que les modifications légales qui pourraient survenir après la mise en œuvre d'un investissement ne s'appliqueront pas rétroactivement, à moins qu'elles ne soient en faveur de l'investisseur. Ce principe, déjà présent dans les précédentes législations comme l'ordonnance n° 01-03 et la loi n° 16-09¹⁷⁹, assure que les droits et avantages accordés au moment de l'investissement restent en vigueur tout au long de la durée du projet.

Cette stabilité est un facteur clé de confiance pour les investisseurs, car elle réduit l'incertitude liée aux changements fréquents de réglementation. Ainsi, les

¹⁷⁸ Voir article 13 de la loi 22-18 op.cit.

¹⁷⁹ Loi n° 16-09 du 3 août 2016 relative à la promotion de l'investissement, journal officiel n° 46.

investisseurs peuvent développer leurs projets sur le long terme sans craindre des modifications juridiques défavorables. Cela crée un cadre juridique prévisible et sécurisé, renforçant l'attractivité de l'Algérie pour les capitaux étrangers.

1.2.4 Le droit de transfert des capitaux et des revenus

L'article 14 de la loi n° 22-18 garantit aux investisseurs étrangers le droit de transférer librement les capitaux et les revenus provenant de leurs investissements en Algérie. Ce droit inclut le transfert des bénéfices, des dividendes, ainsi que des produits issus de la cession ou de la liquidation des investissements, et ce, même si les montants excèdent l'investissement initial. Cette mesure, visant à renforcer l'attractivité de l'Algérie auprès des investisseurs étrangers, leur offre une plus grande flexibilité et sécurité quant à la gestion de leurs fonds.

Par ailleurs, la loi prévoit que ces transferts doivent s'effectuer en devises convertibles, conformément aux dispositions de la Banque d'Algérie, ce qui permet de faciliter et d'accélérer les transactions financières internationales liées aux investissements. Ce cadre est conçu pour éviter les obstacles bancaires qui avaient auparavant freiné les transferts de fonds, assurant ainsi une meilleure fluidité des flux financiers.

Ce principe de transfert des capitaux avait déjà été inscrit dans le décret législatif n° 93-12 ainsi que dans l'ordonnance n° 01-03, mais la nouvelle loi n° 22-18 l'étend davantage pour inclure tous types d'investissements réalisés en Algérie, offrant ainsi une garantie supplémentaire aux investisseurs étrangers.

1.2.5 Garantie contre les contraintes bureaucratiques et délais réduits

La loi n° 22-18 se distingue par des mesures concrètes visant à réduire les délais de traitement des dossiers d'investissement. L'article 23 de la loi prévoit notamment l'instauration d'une plateforme numérique gérée par l'Agence algérienne de promotion de l'investissement, qui permet aux investisseurs de soumettre leurs demandes et de suivre l'avancement de leurs projets en ligne.

Le texte stipule que le délai d'étude des projets d'investissement ne doit pas dépasser un mois, et que toute décision administrative concernant les avantages liés à un projet doit être prise dans les 30 jours suivant la réception du dossier complet. Ce mécanisme vise à lutter contre les retards bureaucratiques qui ont longtemps freiné les initiatives d'investissement en Algérie. L'article 25 précise que la commission compétente est tenue de délivrer un procès-verbal d'entrée en exploitation dans un délai de 30 jours à compter de la demande.

1.2.5.1 Sanctions contre les entraves à l'investissement

L'une des nouveautés de la loi n° 22-18 réside dans la criminalisation de tout acte visant à entraver un projet d'investissement. L'article 37 prévoit des sanctions sévères contre toute personne, quel que soit son statut, qui entraverait intentionnellement l'investissement ou qui poserait des obstacles au déroulement des projets. Ce principe vise à dissuader toute tentative de blocage administratif ou de harcèlement bureaucratique, qui avaient par le passé découragé de nombreux investisseurs.

Cette disposition légale vient en réponse aux abus administratifs qui ont été constatés dans le passé et qui ont nui au climat d'investissement en Algérie. Elle marque la volonté des autorités algériennes de promouvoir un environnement plus favorable aux affaires, en assurant la protection des investisseurs contre toute forme d'interférence malveillante ou abusive.

1.3 **Procédure de recours et création de la Commission nationale des recours**

L'article 11 de la loi n° 22-18 instaure une commission nationale des recours, qui relève de la Présidence de la République. Cette commission est chargée d'examiner les litiges et recours formulés par les investisseurs concernant les décisions administratives liées à leurs projets. Elle constitue une étape préalable avant d'éventuels recours devant les juridictions.

Le recours devant la commission doit être déposé dans un délai de deux mois à compter de la notification de la décision contestée. La commission dispose ensuite d'un mois pour rendre sa décision. Ce dispositif vise à offrir une solution rapide et équitable aux litiges, en évitant les retards liés à des procédures judiciaires prolongées.

En outre, en cas d'insatisfaction, les investisseurs peuvent, après épuisement des voies de recours internes, faire appel aux accords internationaux bilatéraux ou multilatéraux que l'Algérie a ratifiés. Ces accords prévoient souvent des mécanismes de règlement des différends, tels que l'arbitrage international. L'article 11 mentionne également que tout litige entre un investisseur étranger et l'État algérien peut être porté devant les instances internationales si cela est prévu dans les accords signés par les deux parties.

1.4 **Protection judiciaire et recours devant les tribunaux nationaux**

La loi n° 22-18 renforce également les garanties judiciaires pour les investisseurs. Tout différend lié à l'application de cette loi peut être porté devant

les juridictions algériennes compétentes. L'article 41 de la loi précise que l'investisseur peut saisir les tribunaux algériens pour toute violation de ses droits ou abus de la part des autorités administratives.

Cependant, en plus du recours aux tribunaux, la loi prévoit la possibilité de recourir à des modes alternatifs de règlement des différends, tels que la médiation ou l'arbitrage. Ces mécanismes permettent de résoudre les conflits plus rapidement et de manière moins formelle que par le biais des tribunaux classiques. En particulier, dans les relations avec des investisseurs étrangers, l'arbitrage international peut être utilisé lorsque cela est prévu dans les accords bilatéraux ou dans le contrat d'investissement.

2 Sanctions contre les entraves à l'investissement

L'article 37 de la loi n° 22-18 introduit des sanctions sévères contre quiconque entraverait, de mauvaise foi, la mise en œuvre d'un investissement. Cela inclut toute action administrative ou intervention abusive visant à retarder, bloquer ou compliquer les procédures liées à l'investissement. Ces sanctions s'appliquent à toutes les personnes impliquées, quel que soit leur statut ou leur fonction.

Le législateur a jugé nécessaire de criminaliser ces comportements afin de lutter contre la bureaucratie excessive et la corruption, qui ont par le passé nui au climat des affaires en Algérie. La loi n° 22-18 montre ainsi une ferme intention de créer un environnement transparent et équitable pour les investisseurs.

En résumé, la loi n° 22-18 représente une avancée significative dans le développement du cadre juridique algérien en matière d'investissement. En renforçant les principes essentiels tels que la transparence, l'égalité de traitement et la liberté d'investissement, tout en offrant de solides garanties aux investisseurs, elle aspire à servir de loi attractive pour les acteurs nationaux et étrangers. Des progrès notables sont évidents dans la mise en place de mécanismes contemporains, notamment la numérisation des processus (article 23) à travers une plateforme numérique et la création de la Commission nationale de recours (article 11), qui devraient tous deux améliorer l'efficacité et la rapidité du traitement des dossiers d'investissement. En outre, l'engagement à minimiser les obstacles bureaucratiques et à sanctionner les pratiques obstructives (article 37) reflète un réel effort pour améliorer le climat des affaires en Algérie.

Cependant, pour maximiser l'impact de cette loi, il est recommandé de :

- Améliorer les garanties offertes aux investisseurs internationaux. Bien que la législation offre des incitations attrayantes, le niveau d'investissement étranger

en Algérie reste limité. Il est essentiel de prendre de nouvelles initiatives pour positionner l'Algérie comme un lieu d'investissement sûr et compétitif à l'échelle mondiale.

- Faire progresser la modernisation des fonctions administratives via la numérisation. Si l'application de la technologie pour rationaliser les processus administratifs constitue un progrès, il est essentiel de garantir le déploiement complet et efficace de ces outils pour éviter toute régression vers des méthodes bureaucratiques obsolètes.
- Garantir la stabilité législative à long terme. Un aspect fondamental pour attirer les investisseurs est l'article 13, qui garantit la cohérence des lois. Néanmoins, il est essentiel que cette stabilité reste intacte et ne soit pas mise à mal par des changements politiques ou économiques brusques qui pourraient dissuader les potentiels investisseurs.
- Améliorer la formation des personnels administratifs de façon continue. Pour assurer la bonne application de cette nouvelle loi, il est important que les administrations locales et nationales soient bien formées aux nouvelles procédures et aux droits des investisseurs, ainsi qu'aux nouvelles technologies et plateformes numériques mises à la disposition des investisseurs.

3 Taux de bonification alloué aux prêts bancaires :

Modifié par la Loi de Finances Complémentaire 2021/ JO n° 44 (Article 44 révisant l'Article n° 94 de la LF 2016), qui prévoit une bonification du taux d'intérêt concernant les investissements dans le secteur touristique comme indiqué ci-dessous :

Pour les investissements touristiques situés dans les régions du Sud et des Hauts Plateaux, il existe un avantage de 3%, tandis que ceux situés dans le Nord bénéficient d'un avantage de 2%. Cet avantage dure 5 ans pour les crédits dont la durée de remboursement bancaire est supérieure à 7 ans, et 3 ans pour les crédits dont la durée de remboursement est inférieure ou égale à 7 ans.

Section 03 : les indices qui influencent la gouvernance touristique en l'Algérie

1 L'indice de développement des voyages et du tourisme (TTDI)

Le Travel & Tourism Development Index (TTDI), introduit pour la première fois en 2022, évalue et mesure l'ensemble des facteurs et des politiques qui permettent un développement durable et résilient du secteur du voyage et du tourisme (T&T), contribuant ainsi au développement d'un pays. Cet indice est une évolution directe du Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI), publié tous les deux ans depuis 2007. En permettant la comparaison entre pays et en évaluant les progrès des pays sur les moteurs de développement du secteur T&T, cet indice informe les politiques et les décisions d'investissement relatives au développement des entreprises et du secteur T&T dans son ensemble.

Il offre également des perspectives uniques sur les points forts et les domaines à améliorer de chaque pays, afin de soutenir leurs efforts pour améliorer la croissance à long terme de leur secteur T&T de manière durable et résiliente. En particulier, le TTDI fournit une vue stratégique et holistique de l'économie touristique, y compris les facteurs internes et externes du développement du T&T et leur nature interdépendante. En outre, il constitue une plateforme précieuse pour le dialogue multipartite, permettant aux parties prenantes de formuler des politiques et des actions appropriées aux niveaux local, national, régional et mondial.

L'édition 2024 du TTDI a été produite en collaboration avec l'Université de Surrey. En tant que partenaire de connaissances de l'indice, l'université a fourni un soutien technique et stratégique précieux pour le TTDI et les contenus associés. Cette édition de l'indice inclut également plusieurs améliorations, conçues pour tirer parti de données nouvellement disponibles, telles que les indicateurs récemment développés par le World Travel and Tourism Council (WTTC) sur l'impact environnemental et social du T&T, afin de rendre l'indice plus spécifique au secteur T&T, plus concis et cohérent dans sa couverture des pays.¹⁸⁰

Nous soulignons aussi que les modifications apportées à l'indice limitent sa comparabilité avec les résultats du rapport de TTDI de l'année 2021 préalablement publié. Par conséquent, cette version de l'indice inclut les résultats recalculés de 2019 et 2021, et ce en utilisant de nouvelles adaptations. Les

¹⁸⁰ World Economic Forum, Travel And Tourism Development Index Insight Report, May 2024, P 07

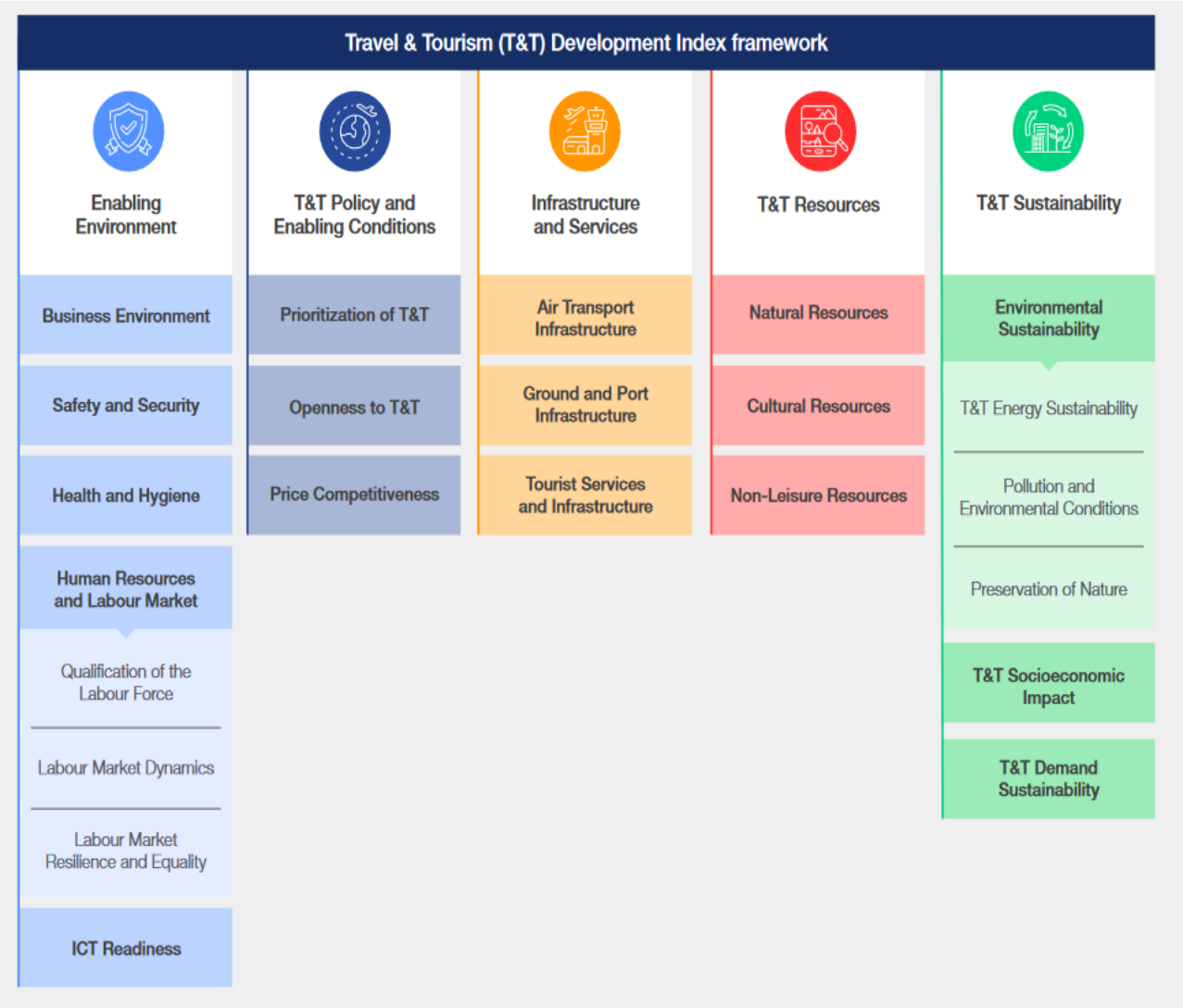
résultats du rapport TTDI 2024 reflètent les dernières données disponibles au moment de la collecte qui s'est faite en fin de l'année 2023.

Bon nombre des progrès apportées à l'indice sont basées sur les retours des parties prenantes et sur les participations du groupe consultatif du TTDI, qui comprend des représentants de Bloom Consulting, de la Commission Européenne du Tourisme (ETC), du Global Sustainable Tourism Council (GSTC), de l'Université Polytechnique de Hong Kong, de l'Association Internationale du Transport Aérien (IATA), du groupe JLL Hotels & Hospitality, de Mastercard, de l'Université de New York, de l'Association du Voyage Asie-Pacifique (PATA), du groupe Trip.com, de l'Organisation Mondiale du Tourisme des Nations Unies (UN Tourism), de l'Université de Surrey, de Visa, de la Banque Mondiale et du WTTC.

De plus, l'indice repose sur une collaboration étroite avec les partenaires de données suivants : AirDNA, Bloom Consulting, CoStar, Euromonitor International, GlobalPetrolPrices.com, IATA, l'Organisation de l'Aviation Civile Internationale (OACI), l'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (UICN), MMGY TCI Research, Tripadvisor, UN Tourism et le WTTC.

L'indice se compose principalement de cinq dimensions utilisé à des fins de catégorisation, ces derniers sont répartis sur 17 piliers qui se composent de 102 indicateurs individuels.

Figure 19: : les composants de l'indice de développement du tourisme et des voyages



Source: World Economic Forum, Travel And Tourism Development Index Insight Report, May 2024, P 08

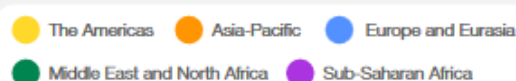
La figure ci-dessus démontre Le cadre de l’indice de développement du tourisme et des voyage TTDI. Ce dernier met en évidence les différents concepts nécessaires pour évaluer le développement du secteur du T&T d’un pays. Il comprend des aspects liés à l’environnement des affaires et des politiques, aux infrastructures, aux ressources naturelles et culturelles, ainsi qu’à la durabilité environnementale et socio-économique. Ces catégories permettent de mesurer la performance des pays de manière globale, en tenant compte des facteurs tant internes qu’externes qui peuvent influencer le secteur du tourisme.

Ce cadre est essentiel pour formuler des politiques visant à promouvoir un développement durable et résilient du secteur touristique.

L'Algérie ne figurait pas dans l'ancien rapport TTDI de 2021, cependant, elle a été introduite dans le rapport de 2024.

Tableau 3: classement des pays dans l'index de développement du tourisme et des voyage TTDI 2024

Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)	Rank	Economy	Score ²	Change since 2019 ³		Diff. from TTDI Avg. (%)
			Rank	Score					Rank	Score					Rank	Score	
1	United States	5.24	0	-0.5%	32.3%	41	Saudi Arabia	4.23	9	5.7%	6.7%	81	Tanzania	3.65	7	4.5%	-7.9%
2	Spain	5.18	0	0.9%	30.6%	42	Slovenia	4.22	-9	-1.2%	6.4%	82	Morocco	3.64	-12	-3.2%	-8.2%
3	Japan	5.09	0	-0.3%	28.5%	43	Romania	4.19	2	0.8%	5.7%	83	Tunisia	3.60	2	1.0%	-9.2%
4	France	5.07	2	0.8%	28.0%	44	Lithuania	4.17	4	1.4%	5.2%	84	Jamaica	3.59	-1	-0.1%	-9.5%
5	Australia	5.00	2	0.8%	26.0%	45	Georgia	4.14	4	1.0%	4.4%	85	Mongolia	3.57	-6	-2.0%	-9.8%
6	Germany	5.00	-1	-0.8%	26.0%	46	Croatia	4.13	-2	-0.7%	4.3%	86	Cambodia	3.57	4	2.5%	-10.0%
7	United Kingdom	4.96	-3	-2.4%	25.2%	47	Thailand	4.12	-6	-2.5%	3.9%	87	North Macedonia	3.53	-5	-1.9%	-10.9%
8	China	4.94	1	1.0%	24.6%	48		4.10	-5	-1.6%	3.4%	88	Moldova	3.53	1	1.0%	-11.1%
9	Italy	4.90	3	2.1%	23.5%	49	Argentina	4.10	-2	-0.6%	3.4%	89	Trinidad and Tobago	3.52	-5	-2.1%	-11.3%
10	Switzerland	4.81	-2	-2.3%	21.3%	50	Colombia	4.08	6	2.3%	3.0%	90	Bosnia and Herzegovina	3.51	1	1.1%	-11.5%
11	Canada	4.81	-1	-1.1%	21.2%	51	Costa Rica	4.08	4	2.2%	2.9%	91	Lao PDR	3.48	2	1.7%	-12.1%
12	Portugal	4.78	1	-0.1%	20.6%	52	Kazakhstan	4.07	6	3.7%	2.6%	92	Paraguay	3.47	0	0.8%	-12.5%
13	Singapore	4.76	-2	-1.7%	19.9%	53	Qatar	4.02	-7	-3.3%	1.3%	93	Rwanda	3.45	6	2.6%	-12.9%
14	Korea, Rep.	4.74	0	1.1%	19.6%	54	Slovak Republic	4.00	-2	-0.2%	0.8%	94	Bolivia	3.45	3	2.1%	-12.9%
15	Austria	4.65	0	-0.5%	17.4%	55	South Africa	3.99	7	3.4%	0.7%	95	Namibia	3.45	-8	-1.7%	-13.0%
16	Netherlands	4.64	1	0.1%	17.0%	56	Azerbaijan	3.98	-5	-0.6%	0.3%	96	Kuwait	3.44	-10	-2.9%	-13.2%
17	Denmark	4.63	-1	-0.9%	16.8%	57	Mauritius	3.98	-4	-0.7%	0.3%	97	El Salvador	3.43	4	4.0%	-13.4%
18	United Arab Emirates	4.62	7	4.4%	16.5%	58	Bahrain	3.96	3	2.1%	-0.1%	98	Algeria	3.42	2	2.6%	-13.6%
19	Sweden	4.57	0	0.7%	15.4%	59	Viet Nam	3.96	4	3.2%	-0.2%	99	Tajikistan	3.42	-3	0.7%	-13.7%
20	Finland	4.52	-2	-1.7%	14.0%	60	Montenegro	3.96	-1	0.9%	-0.2%	100	Guatemala	3.42	-5	0.5%	-13.8%
21	Greece	4.52	5	2.6%	13.9%	61	Egypt	3.96	5	4.3%	-0.2%	101	Pakistan	3.41	3	3.6%	-14.0%
22	Indonesia	4.46	14	4.5%	12.4%	62	Peru	3.90	7	3.5%	-1.5%	102	Kyrgyz Republic	3.38	1	2.8%	-14.7%
23	Belgium	4.45	0	-0.5%	12.2%	63	Panama	3.90	-6	-1.2%	-1.6%	103	Venezuela	3.34	-5	-0.9%	-15.7%
24	Ireland	4.44	-3	-1.5%	12.0%	64	Dominican Republic	3.88	1	1.8%	-2.0%	104	Zambia	3.34	-2	1.4%	-15.7%
25	New Zealand	4.41	-5	-2.6%	11.3%	65	Latvia	3.88	-11	-3.0%	-2.1%	105	Nepal	3.34	0	2.8%	-15.7%
26	Brazil	4.41	8	3.3%	11.2%	66	Albania	3.87	12	5.9%	-2.4%	106	Ghana	3.28	1	1.5%	-17.2%
27	Poland	4.40	3	2.0%	11.1%	67	Oman	3.87	-7	-1.2%	-2.5%	107	Senegal	3.24	2	2.5%	-18.2%
28	Luxembourg	4.40	-4	-0.9%	10.9%	68	Serbia	3.86	3	2.7%	-2.8%	108	Nicaragua	3.24	-2	0.0%	-18.3%
29	Türkiye	4.39	8	3.1%	10.6%	69	Philippines	3.84	-2	1.7%	-3.1%	109	Bangladesh	3.19	2	3.0%	-19.5%
30	Cyprus	4.37	-3	-0.4%	10.4%	70	Jordan	3.81	2	2.0%	-4.0%	110	Zimbabwe	3.19	0	2.5%	-19.6%
31	Chile	4.33	4	1.4%	9.2%	71	Uruguay	3.79	-3	0.4%	-4.3%	111	Honduras	3.19	-3	-1.4%	-19.6%
32	Iceland	4.32	-10	-3.4%	9.0%	72	Armenia	3.73	-8	-2.4%	-5.9%	112	Nigeria	3.18	1	4.2%	-19.8%
33	Czech Republic	4.31	-2	0.3%	8.8%	73	Iran, Islamic Rep.	3.72	4	1.5%	-6.3%	113	Benin	3.16	-1	3.3%	-20.4%
34	Malta	4.30	4	1.1%	8.4%	74	Barbados	3.71	-1	-0.4%	-6.5%	114	Côte d'Ivoire	3.13	2	6.4%	-21.0%
35	Malaysia	4.28	-7	-2.2%	7.9%	75	Botswana	3.71	6	2.5%	-6.5%	115	Malawi	3.06	0	2.8%	-22.8%
36	Estonia	4.28	4	0.7%	7.8%	76	Sri Lanka	3.69	-1	0.0%	-6.8%	116	Angola	3.05	-2	1.3%	-22.9%
37	Hungary	4.27	5	1.7%	7.7%	77	Kenya	3.68	-1	0.1%	-7.1%	117	Cameroon	2.99	0	3.1%	-24.6%
38	Mexico	4.26	-6	-0.6%	7.4%	78	Uzbekistan	3.68	16	7.8%	-7.3%	118	Sierra Leone	2.89	0	2.7%	-27.1%
39	India	4.25	-10	-2.1%	7.1%	79	Lebanon	3.66	1	0.8%	-7.6%	119	Mali	2.78	0	-0.4%	-30.0%
40	Bulgaria	4.25	-1	0.0%	7.1%	80	Ecuador	3.66	-6	-1.0%	-7.6%						



1. Index results represent the latest data available at the time of collection (end of 2023).
2. Overall scores range from 1 to 7 where 1 = worst and 7 = best.
3. Change since 2019 refers to 2019 results using new Index framework and methodology.

Source: World Economic Forum, Travel And Tourism Development Index Insight Report, May 2024, P 11

L'indice de développement du tourisme et des voyages (TTDI) 2024 classe les pays en fonction de leur performance dans le secteur touristique, les États-Unis prend la tête du classement (5,24 points), suivis de l'Espagne en deuxième place (5,18 points), du Japon qui prend la troisième position (5,09 points) et de la France en quatrième place (5,07 points), reflétant leurs solides infrastructures, politiques favorables et ressources abondantes. D'autres pays comme le Portugal qui se place au 12 rang, Singapour au 13 e rang, les Emirats arabes unies au 18 rang avec un score de 4,62 montrant une progression notable, attribuable à des investissements dans les infrastructures et une priorisation du secteur touristique. Bien que des pays tels que le Royaume-Uni (rang 7) et l'Allemagne (rang 6) conservent leur position de leaders, ils ont enregistré de légères baisses dans leurs scores. De nouveaux entrants comme l'Algérie classée 98 avec un score de 3 ,42, la Jamaïque 84 rang et l'Ouzbékistan 78 place illustrent la montée en puissance de pays qui mettent en place des initiatives pour stimuler leur secteur touristique. Dans les rangs intermédiaires, des pays comme la Lituanie (rang 43), l'Argentine (rang 49) et le Costa Rica (rang 52) enregistrent des performances solides avec des scores autour de 4 points, capitalisant sur le tourisme écologique et les ressources naturelles. En revanche, les pays les moins bien classés, tels que le Cameroun (rang 118), la Sierra Leone (rang 119) et le Mali (dernier avec 3,22 points), souffrent de défis liés aux infrastructures limitées, aux problèmes économiques et à l'insécurité. Les variations entre 2019 et 2024 sont également significatives, avec des baisses légères pour les États-Unis (-0,5 %) et des hausses pour l'Espagne (+0,8 %), tandis que des pays comme le Canada (rang 11) enregistrent une baisse notable (-1,1 %), reflétant l'évolution des priorités et des conditions dans le secteur touristique global.

Tableau 4 : score des pays et leurs classements dans la région MENA

Economy	TTDI rank	Enabling Environment					T&T Policy and Enabling Conditions			Infrastructure and Services			T&T Resources			T&T Sustainability		
		Business Environment	Safety and Security	Health and Hygiene	Human Resources and Labour Market	ICT Readiness	Prioritization of T&T	Openness to T&T	Price Competitiveness	Air Transport Infrastructure	Ground and Port Infrastructure	Tourist Services and Infrastructure	Natural Resources	Cultural Resources	Non-Leisure Resources	Environmental Sustainability	T&T Socioeconomic Impact	T&T Demand Sustainability
United Arab Emirates	18	5.57	6.40	4.83	4.67	6.23	5.39	5.67	4.28	6.52	4.67	5.48	1.85	2.48	3.84	4.06	2.67	3.92
Saudi Arabia	41	4.95	6.96	4.79	4.59	6.00	4.43	3.10	4.52	4.96	3.84	3.96	2.99	2.58	3.33	3.87	2.96	4.69
	48	5.18	5.04	5.69	5.00	6.17	4.52	4.25	1.42	4.55	4.39	4.12	1.90	1.76	3.45	4.22	4.49	3.57
Qatar	53	5.11	6.78	4.67	4.47	5.83	3.32	3.97	3.34	5.46	4.22	3.66	1.31	1.86	3.15	3.77	4.11	3.22
Bahrain	58	4.80	5.99	4.31	3.98	5.74	4.86	3.57	4.74	4.46	4.51	3.34	1.22	1.55	2.42	3.51	3.98	4.40
Oman	67	4.84	6.95	4.39	3.90	5.50	3.39	4.12	5.11	3.91	3.72	2.64	2.10	1.99	2.00	3.59	3.50	4.65
Jordan	70	4.58	6.30	4.69	3.70	4.79	5.58	3.70	4.50	3.66	3.45	1.92	1.83	1.65	2.20	4.22	4.08	3.86
Iran, Islamic Rep.	73	2.46	5.39	4.29	3.04	4.90	3.87	3.08	6.03	2.88	2.85	3.01	3.47	3.76	2.16	3.96	4.61	3.41
Lebanon	79	3.04	5.02	4.88	3.66	4.35	5.98	3.29	4.09	3.43	2.47	4.36	1.35	1.77	1.86	3.72	5.28	3.76
Kuwait	96	4.44	6.53	4.78	3.72	5.32	2.28	2.88	3.74	4.15	3.00	1.72	1.35	1.33	2.45	3.73	3.99	3.09
Middle East		4.50	6.02	4.73	4.07	5.48	4.36	3.76	4.18	4.40	3.71	3.42	1.94	2.07	2.68	3.86	3.97	3.86
Egypt	61	3.88	5.37	3.95	3.43	4.45	5.87	3.09	6.11	4.58	3.85	2.76	3.11	3.18	2.39	4.07	2.27	4.90
Morocco	82	4.15	5.75	3.71	3.10	4.41	4.38	4.19	4.84	3.65	3.33	2.31	2.20	2.75	2.90	4.00	2.69	3.49
Tunisia	83	3.43	5.17	4.41	3.38	4.28	5.60	3.43	5.94	2.95	2.69	2.69	2.02	1.83	2.64	3.97	3.45	3.35
Algeria	98	3.24	5.58	4.35	3.03	4.41	3.69	2.49	6.03	2.66	2.80	2.61	2.47	2.20	1.94	3.42	4.47	2.82
North Africa		3.68	5.47	4.11	3.23	4.39	4.88	3.30	5.73	3.46	3.17	2.59	2.45	2.49	2.47	3.86	3.22	3.64
Middle East and North Africa		4.26	5.86	4.55	3.83	5.17	4.51	3.63	4.62	4.13	3.56	3.18	2.08	2.19	2.62	3.86	3.75	3.80

Source: World Economic Forum, Travel And Tourism Development Index Insight Report, May 2024, P 11

Le tableau 03 illustre le classement des pays de la région MENA dans l'indice de développement du tourisme et des voyages. Les Emirats Arabes Unie prene la tête du classement dans la région avec un score global de 4,62 suivis par l'Arabie Saoudite avec un score global de 4,23 et le Qatar avec 4,02, ce qui reflète la volonté des gouvernements à diversifier leurs économies, traditionnellement basées sur les hydrocarbures, en renforçant ses infrastructures touristiques et en ouvrant d'avantage leurs frontières aux visiteurs. La mise en place d'une stratégie bien établie pour développer le secteur touristique, soutenue par des infrastructures solides et un environnement commercial favorable.

Cependant, l'Algérie se classe en dernier rang dans la région du MENA avec un faible score ne dépassant pas les 3,42 devancée par le Koweït qui enregistre un score de 3,44.

1.1 Analyse du score de l'Algérie par rapport aux indices de TTDI de L'année 2024

Comme nous l'avons pu constater dans le tableau 02 et le tableau 03 Le score global de l'Algérie dans le Travel & Tourism Development Index (TTDI) 2024 est de 3,42 ce qui la place au 98e rang mondial et en bas du classement pour la région MENA ce qui souligne un retard significatif par rapport à ces voisins. Ce score global révèle des faiblesses structurelles et des défis économiques majeurs pour le développement du secteur touristique. Les scores de l'Algérie sont relativement faibles dans les domaines des infrastructures touristiques, des ressources culturelles, et de l'environnement des affaires, qui sont essentiels pour attirer les touristes et les investissements étrangers.

En détail, l'Algérie obtient des scores particulièrement bas en matière de ressources touristiques naturelles (2,24) et culturelles (2,49), indiquant que le potentiel de ces ressources naturelles et culturelles est sous-exploité, probablement en raison d'une valorisation insuffisante et d'un manque d'infrastructures de soutien qui peuvent promouvoir et mettre en avant ces ressources. En matière infrastructure de transport aérien (3,46), infrastructure terrestre et portuaire (3,17) et infrastructure et services touristique (2,59), ces scores sont aussi en dessous de la moyenne régionale, ce qui limite l'accessibilité et la connectivité pour les touristes.

Dans les indicateurs de sécurité et sûreté (5,58) et de facilité du climat des affaires (3,24) les résultats exposent l'obligation de l'Algérie à améliorer son environnement d'accueil pour le rendre plus attractif et plus sûr pour les investisseurs et les touristes mais encore le score de l'indice lié aux des ressources humaines et marché du travail (3,03) ce qui signifie que le manque de main d'œuvre qualifiée dans le secteur du tourisme et de voyage reste un défi important que l'Algérie doit résoudre le plus vite possible afin d'assurer des services qualitatifs dans le secteur. En revanche, l'Algérie obtient un score relativement meilleur dans la durabilité environnementale (3,46), ce qui montre une certaine prise en compte de la préservation des ressources naturelles.

Le score en matière de l'indice de l'ouverture au T&T (2,49) et priorisation des T&T (3,69) sont relativement faible ce qui peut être expliqué par le fait que durant plusieurs années, l'Algérie a privilégié un modèle économique fondé sur les hydrocarbures, ce qui a limité les investissements dans d'autres secteurs, dont le tourisme. Notons-en plus que Les périodes d'instabilité politique que le pays a

connu ont pu avoir un impact négatif sur l'image de l'Algérie à l'étranger et décourager les touristes et en contrepartie Les efforts de promotion touristique de l'Algérie à l'étranger sont peu limités, ce qui réduit sa visibilité sur le marché international.

Néanmoins, l'Algérie marque un point en matière de compétitivité des prix avec un score de (6,03) ce qui peut présenter un bon argument aux investisseurs et aux touristes

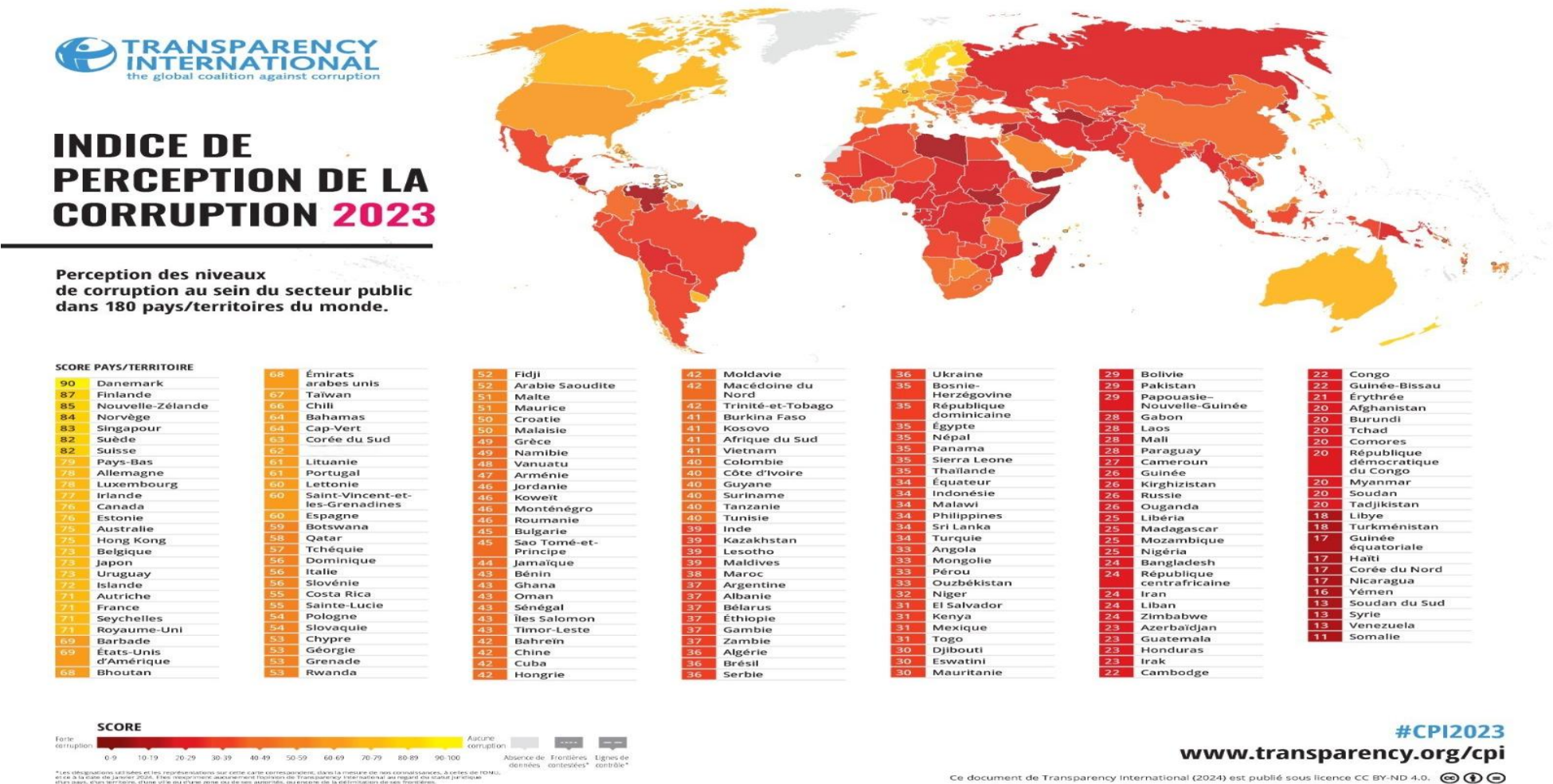
En résumé, le score global de l'Algérie au TTDI met en évidence un besoin de réformes et d'investissements dans les infrastructures touristiques, la sécurité et la promotion des ressources culturelles, les ressources humaines afin de pouvoir concurrencer efficacement au sein de la région MENA et d'attirer davantage de touristes et d'investissements dans le secteur.

2 L'indice de perception de la corruption (IPC)

Il est important de préciser que l'Indice de Perception de la Corruption (IPC), un classement mondial qui évalue la perception des niveaux de corruption dans le secteur public de 180 pays et territoires. Cet indice, établi par Transparency International, permet de comparer les performances des pays en matière de lutte contre la corruption. Les scores vont de 0 à 100 : un score élevé indique un faible niveau de corruption perçue, tandis qu'un score faible révèle une perception élevée de la corruption.

L'Indice de Perception de la Corruption 2023 met en lumière l'importance des réformes institutionnelles pour la gouvernance globale. Les pays qui parviennent à améliorer leur transparence, à renforcer l'indépendance de leur système judiciaire et à impliquer la société civile dans la lutte contre la corruption ont plus de chances d'attirer des investissements étrangers et de garantir une croissance économique durable.

Figure 20: classement des pays par rapport aux scores de l'indice de perception de la corruption 2023

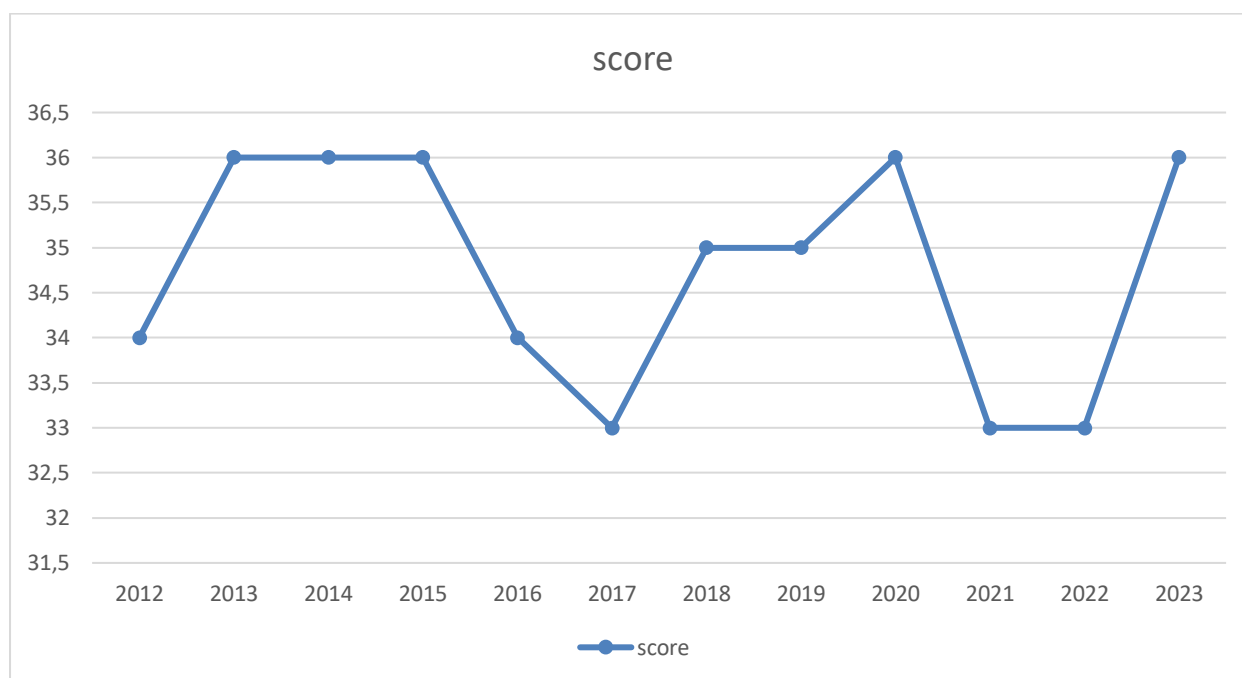


Source : <https://www.transparency.org/en/cpi/2023>

La figure 19 représente une carte mondiale où les pays sont colorés selon leur score de perception de la corruption. Les couleurs les plus claires, comme le jaune clair et le jaune foncé, désignent les pays perçus comme les moins corrompus, avec des scores élevés allant de 80 à 100. Les couleurs médianes, surtout l'orange, représentent des pays avec des niveaux modérés de corruption perçue, affichant des scores compris entre 40 et 60. Enfin, les couleurs les plus sombres, comme le rouge et le rouge foncé, pointent les pays considérés comme les plus corrompus, ayant des scores faibles, entre 0 et 30.

Les pays ayant les meilleurs scores de perception de la corruption, supérieurs à 80, se trouvent principalement en Europe du Nord, en Océanie et en Asie de l'Est, avec des exemples comme le Danemark (90), la Finlande (89), la Nouvelle-Zélande (88), la Norvège, Singapour et la Suède (87). Ces pays se caractérisent par une forte gouvernance démocratique, des institutions transparentes, un haut niveau de développement économique et un système judiciaire indépendant, ce qui leur permet d'attirer des investissements étrangers importants et de maintenir une stabilité économique solide. À l'opposé, les pays les plus corrompus, avec des scores inférieurs à 30, sont situés principalement en Afrique subsaharienne, au Moyen-Orient, en Asie centrale et en Amérique latine, comme la Somalie (13), la Syrie, le Soudan du Sud (13), le Venezuela (14), ainsi que le Yémen et la Libye (17). Ces pays sont souvent marqués par des conflits armés, des crises politiques et des institutions démocratiques faibles, où la corruption endémique freine la croissance économique, décourage les investissements étrangers et exacerbe les inégalités, avec des ressources publiques détournées, affaiblissant ainsi les services publics essentiels comme l'éducation, la santé et les infrastructures. Par ailleurs, certains pays comme l'Arménie (46) et les Émirats arabes unis (67) ont amélioré leur score grâce à des réformes anti-corruption, tandis que d'autres, comme la Hongrie (42) et la Turquie (36), ont vu leur score baisser en raison de crises politiques et d'une montée de la corruption. Enfin, l'Algérie se classe à la 104e place avec un score de 36, indiquant un niveau de corruption perçue relativement élevé.

Graph 11: évolution du score de l'Algérie dans l'index de perception de la corruption entre 2012-2023



Source : élaboré par nos soins en se basant sur les données du rapport de TRANSPARENCY INTERNATIONAL

Le graphe ci-dessus nous montre l'évolution de l'Indice de Perception de la Corruption (IPC) de l'Algérie entre l'année 2012 et 2023, avec une augmentation récente de +3 points, pour atteindre un score de 36/100 durant l'année 2023. L'Algérie occupe ainsi la 104e position sur 180 pays gagnant ainsi 12 places par rapport à l'année précédente, ce qui place le pays dans la moitié inférieure du classement mondial en termes de lutte contre la corruption. L'évolution du score offre un aperçu important des dynamiques économiques et institutionnelles du pays, en relation avec la corruption perçue. L'évolution du score de l'Algérie au cours de cette période montre une alternance entre 33 et 36 points :

La période entre (2012-2015) est marquée par un équilibre : Le score de l'Algérie est resté relativement stable, atteignant un sommet de 36 en 2013 et se maintenant autour de 35 jusqu'en 2015. Cela pourrait indiquer une perception inchangée de la corruption malgré la stabilité politique apparente durant cette période. Cependant la période entre (2016-2017) a connu une baisse significative: En 2017, le score a chuté à 33, marquant le point le plus bas de la décennie. Cette chute peut être liée à une combinaison de facteurs tels que l'instabilité économique, la baisse des prix des hydrocarbures et l'intensification des perceptions négatives de la gouvernance. Une Récupération modérée a été perçue

entre (2018-2023) : Après 2017, l'Algérie a montré une légère amélioration, atteignant de nouveau 36 en 2023, après un creux en 2020. Cette hausse récente suggère des efforts accrus pour améliorer la gouvernance, grâce à diverses réformes mises en place. Des mesures anti-corruption ont été adoptées pour renforcer la transparence notamment à travers les dispositifs de la nouvelle loi sur l'investissement 22-18, les institutions chargées de lutter contre la corruption, et le gain de 3 points depuis 2022 suggère un certain progrès dans ces efforts, bien que les résultats à long terme restent incertains. Parallèlement, des réformes structurelles ont été promises par le gouvernement, sous la pression du mouvement Hirak et des revendications populaires, en particulier dans le secteur public. Toutefois, la perception de la corruption demeure élevée, indiquant que ces réformes n'ont pas encore été entièrement mises en œuvre ou n'ont pas produit l'effet escompté. Pour des réformes.

L'évolution du score de l'Algérie dans l'Indice de Perception de la Corruption de 2012 à 2023 démontre une situation de corruption systémique, avec des fluctuations périodiques liées à l'instabilité politique et à l'efficacité des réformes anti-corruption. Un score de 36/100 en 2023, bien qu'en amélioration, demeure insuffisant pour attirer massivement des investisseurs étrangers et pour promouvoir une croissance économique durable. Si des réformes structurelles sont entreprises avec détermination, l'Algérie pourrait améliorer sa position dans l'indice, renforçant ainsi son attractivité internationale et sa stabilité économique.

2.1 Analyse de la corrélation entre L'attractivité des investissements et la corruption

Un niveau élevé de corruption perçue a un impact direct sur l'attractivité des investissements. En générale les investissements étrangers évitent les pays perçus comme très corrompus, et ce en raison de la mauvaise gestion des fonds publics, de l'instabilité réglementaire, mais surtout des risques associés à la corruption tel que les pots-de-vin, la fraude, ou encore le détournement de fonds). Cela peut également entraîner :

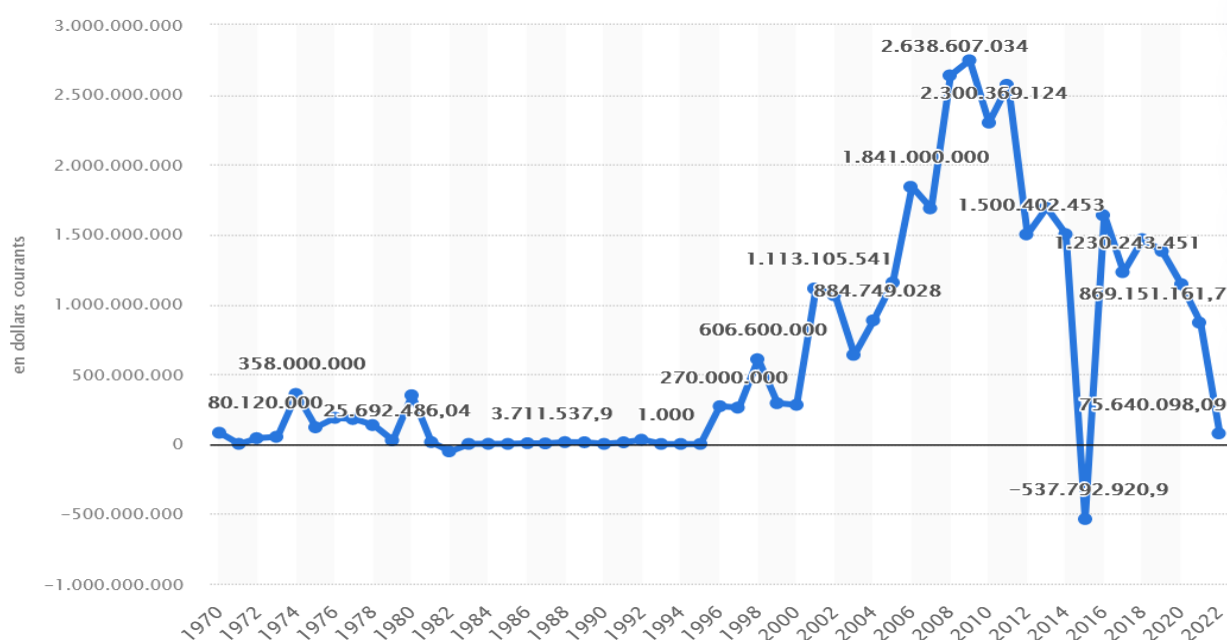
Un développement économique moins efficace. Car les pays avec un indice de corruption élevé ont tendance à avoir des infrastructures médiocres, des services publics inefficaces, et des inégalités sociales profondes.

La fuite des talents : les cadres et citoyens qualifiés préfèrent partir vers des pays moins corrompus offrant de meilleures perspectives d'avenir.

L'injustice sociale à cause des élites corrompues qui s'accaparent des richesses, en aggravant les disparités sociales.

Pour le cas de l'Algérie, un score faible sur l'Indice de Perception de la Corruption est perçu négativement par les investisseurs internationaux. Un score de **36** en 2023 reflète encore une corruption relativement élevée, ce qui dissuade les investisseurs étrangers, car cela introduit des risques supplémentaires pour les entreprises, tels que l'incertitude juridique, les coûts de transaction accrus et les exigences en matière de pots-de-vin.

Graph 12: Montant des investissements directs étrangers (IDE) en entrées nettes en Algérie entre 1970 et 2022 (en dollars américains courants)



Source : <https://fr.statista.com/statistiques/1476174/ide-algerie/> consulté le 30 septembre 2024

Le graphique montre la progression des investissements directs étrangers (IDE) en Algérie de 1970 à 2022, mettant en évidence plusieurs phases notables. Au cours de la période de 1970 à 1990, les IDE sont restés systématiquement faibles, ponctués de brefs pics en 1974 et 1978, indiquant une économie centralisée après l'indépendance et la nationalisation des ressources, ce qui a limité l'accès des investisseurs. Les années 1990 ont connu une stagnation des IDE, attribuée à la crise économique et aux troubles internes associés à la décennie noire. Une augmentation marquée des IDE a commencé en 2000, atteignant un pic de 2,6 milliards de dollars en 2009, tirée par les réformes et la stabilisation politique. Cependant, de 2010 à 2014, malgré des niveaux élevés d'IDE, la baisse

des prix du pétrole a commencé à avoir un impact sur l'économie. Entre 2015 et 2020, il y a eu une forte baisse des IDE, qui sont tombés à un chiffre négatif de - 537,8 millions de dollars en 2016, résultant de la baisse des prix du pétrole et des politiques restrictives des investisseurs. Bien qu'un rebond ait eu lieu en 2017, il reste inférieur aux niveaux précédents. En 2022, les IDE se redressent légèrement à 75,6 millions de dollars, bien en deçà des niveaux atteints au début des années 2000. Ces fluctuations montrent la dépendance de l'Algérie vis-à-vis des hydrocarbures et des conditions économiques mondiales. Pour attirer davantage d'IDE, il serait nécessaire de diversifier l'économie et de mettre en œuvre des réformes structurelles.

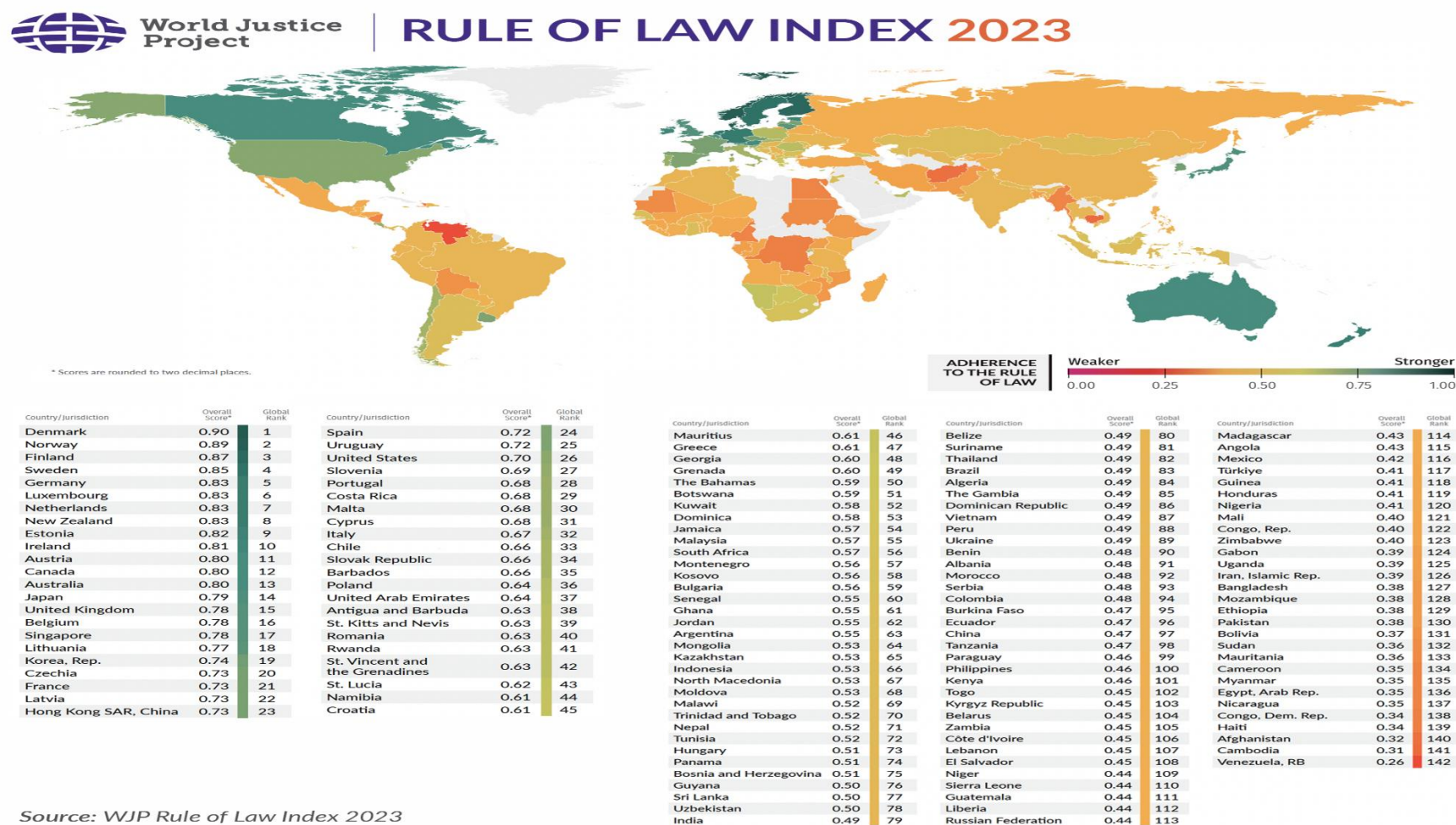
3 L'indice de l'état de droit du WJP

L'Indice de l'État de droit du world justice project (WJP) est un outil d'évaluation quantitatif destiné à mesurer comment l'état de droit est vécu et perçu dans des situations quotidiennes par la population mondiale. Il évalue la performance selon huit facteurs principaux de l'état de droit et 44 sous-facteurs détaillés dans le cadre conceptuel de l'indice.

Pour refléter avec précision l'expérience des citoyens en matière d'état de droit, chaque score de l'indice est basé sur un large éventail de questions provenant de deux sources de données principales recueillies par le WJP dans chaque pays : un sondage auprès de la population générale (GPP), réalisé par des entreprises locales de sondage avec un échantillon représentatif de 500 à 1 000 personnes, et des questionnaires remplis par des experts locaux (QRQ), composés de questions fermées. Ces experts incluent des praticiens et des universitaires spécialisés en droit civil et commercial, justice pénale, droit du travail et santé publique.¹⁸¹

¹⁸¹ rapport de « World justice project The Global Rule of Law index 2023 » P 63
https://drive.google.com/drive/folders/1OAcL-AlssPGAk_Qeb67nNfBLfibRstls consulté le 20/09/2024.

Figure 21: classement des pays selon la performance de l'indice de l'état de droit du WJP en 2023



Source: le rapport de « World justice project **The Global Rule of Law index 2023** » https://drive.google.com/drive/folders/1OAcL-AIssPGAk_Qeb67nNfBLfibRstls consulted in 20/09/2024.

Graphe 13: Classements global de l'Algérie dans l'Indice sur l'État de Droit WJP en 2023.



Source : <https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/country/2023/Algeria/> consulté le 20/09/2024

À l'échelle mondiale, l'Indice de l'État de droit du WJP 2023 met en évidence une domination des pays nordiques, avec le Danemark en tête du classement, suivi par la Norvège, la Finlande, la Suède et l'Allemagne. Ces pays se distinguent par des institutions solides, un respect rigoureux des droits de l'homme, et une application cohérente des lois, reflétant un haut niveau de gouvernance et de transparence.

À l'inverse, le Venezuela se classe en dernière position, marquant des défaillances sévères en matière d'État de droit. Il est suivi par le Cambodge, l'Afghanistan, Haïti et la République démocratique du Congo, qui partagent des défis similaires, notamment une instabilité politique, des conflits, une faiblesse des institutions judiciaires et une forte corruption. Ces pays rencontrent de graves difficultés à garantir une justice équitable et à appliquer les lois de manière uniforme, ce qui se traduit par un faible score sur l'indice mondial.

L'analyse de l'indice de l'État de droit en Algérie montre une position relativement moyenne à l'échelle mondiale et régionale. Avec une 84e place sur 142 pays dans le monde, lui permettant de gagner sept places (07) par rapport à l'année précédente. L'Algérie se situe dans la moitié inférieure du classement, mais se distingue quelque peu dans le contexte du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord (MENA), où elle occupe la 5e position sur 9 pays. Cela suggère que l'Algérie, bien que confrontée à des défis, parvient à maintenir des performances comparables ou supérieures à certains de ses voisins régionaux.

Le pays le plus performant dans la région, les Émirats arabes unis (37e mondial), ainsi que le Koweït et la Jordanie, sont des références de meilleure gouvernance et d'application de l'État de droit. En revanche, l'Algérie devance

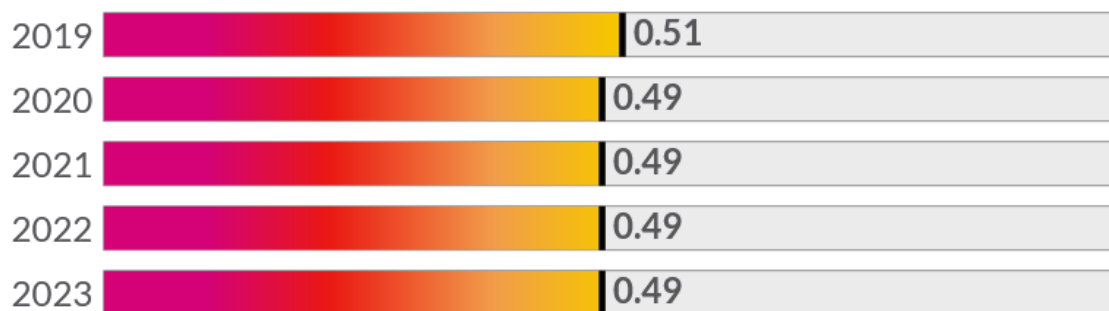
certaines États comme le Liban, l'Iran et l'Égypte, qui sont les moins performants, avec une Égypte classée au 136e rang mondial, bien en dessous de l'Algérie.

En observant les tendances régionales, on note que trois des neuf pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord ont enregistré une baisse de leurs performances au cours de la dernière année. Parmi ces trois, deux avaient déjà connu une baisse l'année précédente, indiquant une tendance négative continue pour certains pays de la région. Ce contexte régional met en lumière la relative stabilité de l'Algérie, qui ne fait pas partie des pays en déclin sur cette période.

Enfin, dans la catégorie des pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure, l'Algérie se positionne 10e sur 37, confirmant qu'elle se trouve dans un groupe de pays où les défis économiques peuvent influencer la qualité de l'État de droit, mais où elle réussit néanmoins à se maintenir dans le tiers supérieur.

Globalement, l'Algérie montre des performances équilibrées dans un contexte régional et économique parfois difficile, sans pour autant atteindre les niveaux des pays les mieux classés, mais en évitant les baisses significatives observées chez d'autres. Cela souligne à la fois des progrès relatifs et des marges d'amélioration pour renforcer davantage l'état de droit.

Graph 14: Score global de l'état de droit en Algérie entre 2019 - 2023



Source : <https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/country/2023/Algeria/> consulté le 20/09/2024

Dans le classement de l'Indice sur l'État de droit du WJP, où 1 correspond à la meilleure performance

Entre 2019 et 2023, l'Algérie a connu une légère baisse de son score global de l'État de droit. En 2019, le pays avait un score de 0,51, mais à partir de 2020, ce score a diminué à 0,49 et est resté constant jusqu'en 2023. Cette stagnation à 0,49 après une légère baisse indique que, bien que la situation ne se soit pas

nécessairement détériorée davantage, les progrès en matière de renforcement de l'État de droit ont été limités. Cela peut être dû à plusieurs facteurs, tels que des réformes incomplètes, des difficultés à améliorer certaines institutions clés, ou des défis socio-économiques persistants. L'absence d'amélioration pourrait aussi refléter une stabilité relative, mais sans percée notable dans la qualité de l'application des lois et la gouvernance.

Tableau 5: classement de l'Algérie dans l'indice de l'état de droit selon les huit principaux facteurs durant l'année 2023:

Facteur	Classement mondial sur 142 pays	Classement régional sur 9 pays *	Classement revenue sur 37 pays **
Contraintes aux pouvoirs du gouvernement	96	6	18
Absence de corruption	132	5	5
Gouvernement ouvert	74	6	26
Droits fondamentaux	113	6	21
Ordre et sécurité	61	4	4
Application de la réglementation	70	6	7
Justice civile	62	4	3
Justice pénale	76	5	9

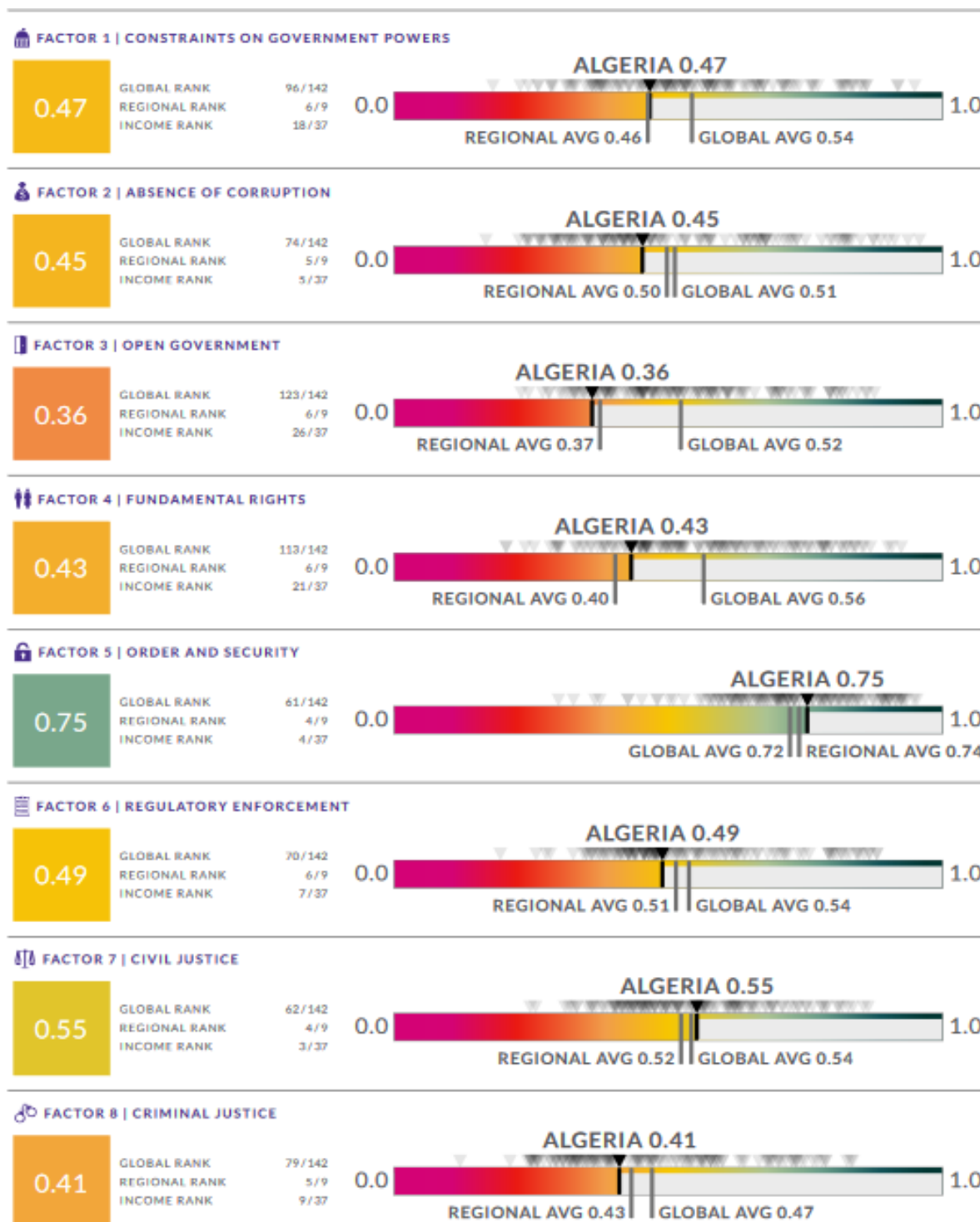
Source : élaboré par nos soins en se basant sur le rapport de « World justice project **The Global Rule of Law index 2023** » https://drive.google.com/drive/folders/10AcL-AlssPGAk_Qeb67nNfBLfibRstls consulté le 20/09/2024.

* Pays et juridictions mesurés dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord : Algérie, Égypte, Iran, Jordanie, Koweït, Liban, Maroc, Tunisie, Émirats arabes unis

**Pays et juridictions à revenu moyen inférieur : Algérie, Angola, Bangladesh, Bénin, Bolivie, Cambodge, Cameroun, Côte d'Ivoire, Égypte, El Salvador, Ghana, Haïti, Honduras, Inde, Indonésie, Iran, Kenya, République kirghize, Liban, Mauritanie, Maroc, Mongolie, Myanmar, Népal, Nicaragua,

Nigeria, Pakistan, Philippines, République du Congo, Sénégal, Sri Lanka, Tanzanie, Tunisie, Ukraine, Ouzbékistan, Viêt Nam, Zimbabwe

Figure 22: Score des huit facteurs principaux pour l'Algérie de l'année 2023



Source : <https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/country/2023/Algeria/> consulté le 20/09/2024

La Figure ci-dessus nous montre que la performance de l'Algérie dans l'Indice de l'État de droit du rapport de WJP met en évidence une variation significative dans les différents aspects de la gouvernance et de l'application des lois. Ces résultats sont basés sur huit facteurs principaux, qui nous fournissent un aperçu pertinent du fonctionnement des institutions algériennes et des défis auxquels elles sont confrontées.

- Premier facteur : Les contraintes sur les pouvoirs du gouvernement

L'Algérie obtient sur ce facteur un score de 0,47, la plaçant ainsi au 90^{em} rang mondial sur 142 pays. Ce score est inférieur à la moyenne mondiale qui est de 0,55, bien qu'il soit légèrement supérieur à la moyenne régionale qui est de 0,46. Cela indique que les mécanismes mis en place pour contrôler les pouvoirs du gouvernement, bien qu'existants, restent relativement faibles. Ce résultat suggère une insuffisance de la séparation des pouvoirs et un manque d'indépendance judiciaire, ce qui limite l'efficacité des contre-pouvoirs et la responsabilité des autorités publiques.

- Deuxième facteur : L'Absence de corruption

Sur ce facteur, l'Algérie obtient un score de 0,45, la classant ainsi à la 95^{eme} place sur 142 pays. Ce score est inférieur à la moyenne mondiale (0,51) et régionale (0,50), ce qui désigne que la corruption reste un défi majeur dans le pays, tant au sein des institutions publiques que privées. Cela reflète une réalité fréquente dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord), malgré certains efforts déclarés pour lutter contre la corruption. Ce score faible souligne la nécessité de renforcer les mesures de transparence et de responsabilisation dans le secteur public.

- Troisième facteur : Gouvernement ouvert

Avec un score de 0,36, l'Algérie obtient la 123^{eme} place dans le rang mondial, ce qui est considéré comme particulièrement faible, largement en dessous des moyennes mondiale (0,52) et régionale (0,37). Ce facteur examine tout ce qui est transparence gouvernementale, le libre accès et le partage de l'information et la participation du public aux processus de décision. Les résultats révèlent des lacunes conséquentes dans ces domaines, ce qui peut contribuer à une défiance croissante de la population envers ses institutions. Cette faible performance dans l'ouverture gouvernementale suggère un manque de communication et d'inclusion des citoyens dans la gouvernance ce qui peut impacter directement ou indirectement l'attractivité de l'investissement.

- Quatrième facteur : Droits fondamentaux

L'Algérie se classe 133e sur 142 pays avec un score de 0,43, bien en dessous de la moyenne mondiale (0,56) et proche de la moyenne régionale (0,40). Ce facteur reflète le respect des droits civils et politiques, et ces résultats révèlent des manquements dans des domaines tels que la liberté d'expression, la presse, et les droits des minorités. Ce score souligne l'importance d'améliorer la protection des droits humains pour aligner les pratiques nationales sur les normes internationales.

- Cinquième facteur : Ordre et sécurité

À l'inverse des autres facteurs, l'Algérie se distingue par un score élevé de 0,75, se classant ainsi 61e au niveau mondial. Ce résultat est supérieur aux moyennes mondiale (0,72) et régionale (0,74), ce résultat reflète une certaine stabilité intérieure. Le faible taux de criminalité et de violence, combiné à un système de sécurité relativement efficace, explique cette performance positive. Néanmoins, malgré ce bon score, des défis persistent, notamment liés à l'instabilité régionale.

- Sixième facteur : Application des règlements

Le score de 0,49, proche de la moyenne régionale (0,51), place l'Algérie au 70e rang mondial. Ce facteur mesure la capacité du gouvernement à appliquer les lois et les règlements. Les résultats indiquent que, bien que les lois soient en place, leur application est souvent insuffisante. Cela pourrait être attribué à des défaillances dans l'efficacité des institutions ou à des problèmes persistants de corruption. Améliorer l'application des règlements est crucial pour assurer l'efficacité des politiques publiques et renforcer la confiance des citoyens.

- Septième facteur: Justice civile

Dans ce domaine, l'Algérie se classe 62e au niveau mondial avec un score de 0,55, dépassant légèrement les moyennes mondiale (0,54) et régionale (0,51). Ce résultat suggère que le système de justice civile est relativement fonctionnel, permettant aux citoyens d'accéder à des mécanismes de résolution des conflits. Cependant, des défis subsistent, tels que des délais excessifs dans le traitement des affaires ou des coûts prohibitifs, qui peuvent freiner l'accès à la justice pour tous.

- Huitième facteur: Justice pénale

Ce facteur affiche un score de 0,41, de ce fait, l'Algérie se classe 79e au niveau mondial en matière de justice pénale. Ce score est inférieur à la moyenne mondiale (0,47), mais légèrement supérieur à la moyenne régionale (0,43). Cette note peut être expliquée des problèmes dans le fonctionnement du système pénal,

tels que des violations des droits des accusés ou une corruption institutionnalisée. Le renforcement de l'intégrité et de l'efficacité du système pénal est essentiel pour garantir une justice équitable.

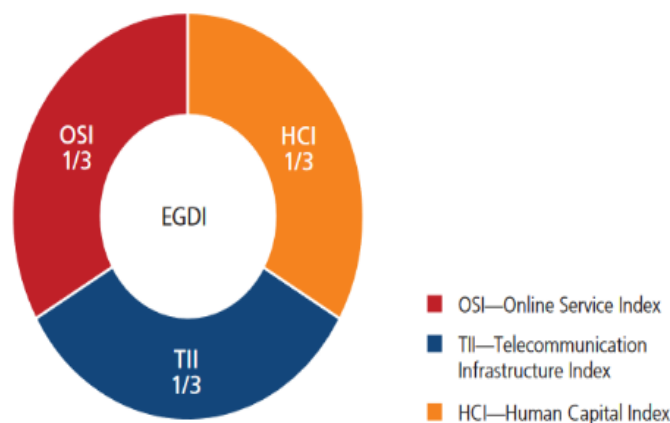
Donc, l'analyse des scores des huit principaux facteurs de l'Algérie dans l'Indice de l'État de droit du WJP révèle des performances contrastées. D'un côté l'Algérie se distingue positivement en matière de sécurité intérieure et de justice civile. Cependant, elle présente des lacunes en termes de droits fondamentaux, de transparence gouvernementale et de lutte contre la corruption. La persistance de ces défis structurels souligne l'urgence de réformes institutionnelles pour améliorer l'État de droit, la gouvernance et la protection des droits humains, condition essentielle à la stabilité et au développement du pays.

4 L'indice de développement de e-gouvernance EGDI

4.1 Présentation de l'indice :

L'EGDI mesure le niveau de développement du e-gouvernement dans les pays qui sont membres des Nations Unies. Cet indice, en plus d'étudier la dynamique de la construction de sites web dans un pays particulier, s'interroge également sur l'accessibilité, en particulier sur des éléments tels que l'infrastructure et le niveau d'éducation, afin de démontrer comment un pays utilise les technologies de l'information et cherche à accéder et à inclure ses citoyens. L'EGDI est un indicateur décisif de la portée globale qui est basé sur des faits pouvant être évalués dans plusieurs domaines.

Figure 23: Les trois composants de l'EDGI



Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>

L'indice de la e-gouvernance est basé sur trois composantes principales, chacune ayant un poids égal (1/3) dans le calcul de l'EGDI :

4.1.1 OSI - Online Service Index (Indice des Services en Ligne) :

Ce composant mesure la disponibilité et la qualité des services en ligne proposés par un pays. Il évalue dans quelle mesure les gouvernements offrent des services administratifs de manière numérique pour faciliter l'accès aux citoyens.

4.1.2 HCI - Human Capital Index (Indice de Capital Humain) :

Ce composant prend en compte les niveaux d'éducation et les compétences de la population, reflétant ainsi la capacité des citoyens à utiliser et à bénéficier des services en ligne et des technologies d'information.

4.1.3 TII - Telecommunication Infrastructure Index (Indice des Infrastructures de Télécommunication) :

Ce composant évalue la connectivité en matière de télécommunications d'un pays, c'est-à-dire la qualité et la disponibilité des infrastructures technologiques, comme l'accès à Internet, nécessaires pour soutenir les services d'administration électronique.

L'EGDI vise à fournir une évaluation des performances des gouvernements nationaux les uns par rapport aux autres. Donc il n'est pas conçu pour mesurer le développement de l'administration électronique de manière absolue.

L'EGDI repose sur une vaste enquête qui examine la présence en ligne des 193 États membres des Nations Unies, évalue les sites Web nationaux et la mise en œuvre des politiques et stratégies d'administration en ligne, au sens large et dans des secteurs spécifiques, pour la prestation de services essentiels. Cette évaluation classe les performances des pays en matière d'administration en ligne les uns par rapport aux autres, plutôt que de les considérer comme une mesure autonome. Les résultats sont agrégés et associés à une série d'indicateurs qui reflètent la capacité d'une nation à s'engager dans la société de l'information, ce qui est crucial, car les initiatives de développement de l'administration en ligne n'ont qu'une valeur immédiate limitée sans cette capacité.

Bien que le modèle de base soit resté cohérent, la signification précise de ces valeurs varie d'une édition de l'enquête à l'autre, au fur et à mesure que la compréhension du potentiel de l'administration électronique évolue et que la technologie sous-jacente progresse. Cette distinction est importante car elle

implique également qu'il s'agit d'un cadre comparatif visant à englober diverses approches pouvant évoluer avec le temps, plutôt que de promouvoir un chemin linéaire vers un objectif absolu.¹⁸²

Équation 1 : Formule pour calculer l'EGDI

$$EGDI = \frac{1}{3} (OSI_{normalized} + TII_{normalized} + HCI_{normalized})$$

Source: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, E-governance survey 2024 Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development With the addendum on Artificial Intelligence, New York, 2024, <https://publicadministration.un.org/en/>

Mathématiquement, l'EGDI est une moyenne mesurée de trois scores normalisés sur les trois dimensions les plus importantes de l'administration électronique, à savoir : la qualité des services en ligne (Indice des Services en Ligne, OSI), le niveau de développement des infrastructures de télécommunication (Indice des Infrastructures de Télécommunication, TII), et enfin le capital humain (Indice de Capital Humain, HCI). Chacun de ces indices est une mesure composite qui peut être extraite et analysée indépendamment.

Avant de procéder à la normalisation des trois indicateurs de base, une standardisation par le score Z est appliquée à chaque indicateur afin de s'assurer que chaque composant contribue de manière équilibrée au calcul global de l'EGDI. Cela signifie que, grâce à cette standardisation, chacun des indices présente une variance similaire, évitant ainsi que l'indice avec la plus grande dispersion n'influence de manière disproportionnée le résultat final.

Une fois cette standardisation effectuée, la moyenne arithmétique des indices devient un indicateur fiable où les "pondérations égales" se traduisent véritablement par une "importance égale" de chaque composant.

Pour la standardisation de chaque indicateur composant via le calcul du score Z :

$$X_{new} = (x - \mu) / \sigma$$

Source : United Nations, op cite

x est un score brut à standardiser ;

¹⁸² United Nations, Department of Economic and Social Affairs, E-governance survey 2024 Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development With the addendum on Artificial Intelligence, New York, 2024, <https://publicadministration.un.org/en/>

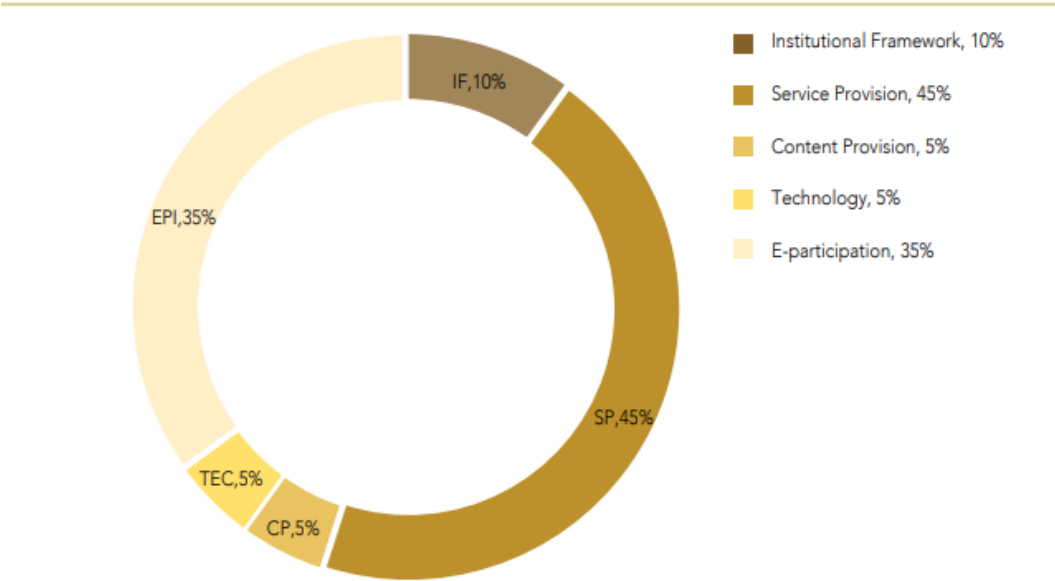
μ est la moyenne de la population ;

σ est l'écart-type de la population.

Il faut savoir que dans la fourchette de 0 à 1 des valeurs de l'IDEG, les pays sont ensuite regroupés en quatre niveaux définis mathématiquement comme suit : les valeurs extrêmement élevées de l'IDEG vont de 0,75 à 1,00 inclus, les valeurs du groupe IDEG élevé vont de 0,50 à 0,7499 inclus, les valeurs moyennes de l'IDEG vont de 0,25 à 0,4999 inclus, et les valeurs faibles de l'IDEG vont de 0,0 à 0,2499 inclus. Dans toutes les références à ces fourchettes dans le texte et les éléments graphiques, les valeurs respectives sont rondes pour plus de clarté et sont exprimées comme suit : 0,75 à 1,00, 0,50 à 0,75, 0,25 à 0,50 et 0,00 à 0,25. Pour mieux comprendre la situation des sous-groupes de pays présentant des niveaux de performance similaires au sein de leurs groupes d'IDEG respectifs, chaque groupe d'IDEG est divisé en quatre intervalles également définis, ou quartiles. Les classes d'évaluation, par ordre décroissant, au sein des groupes d'IDEG respectifs sont les suivantes : VH, V3, V2 et V1 pour le groupe « très élevé » ; HV, H3, H2 et H1 pour le groupe « élevé » ; MH, M3, M2 et M1 pour le groupe « moyen » ; et LM, L3, L2 et L1 pour le groupe « Faible ».

En 2022, une mise à jour de l'évaluation de l'enquête sur l'e-gouvernement sur la formule la plus complète pour générer l'indice de service en ligne. La nouvelle approche introduit un cadre de normalisation et de standardisation pour mieux aligner l'OSI sur l'indice de service en ligne local (LOSI) en classant les questions d'évaluation en 5 domaines thématiques discrets formant 5 sous-indices : cadre institutionnel (IF), fourniture de services (SP), fourniture de contenu (CP), technologie (TEC) et e-participation (EPI). L'OSI dans son ensemble est calculé sur la base des valeurs normalisées pour chaque sous-indice. Chacun des cinq sous-indices de l'OSI se voit attribuer un poids basé sur la proportion relative de questions associées dans le questionnaire d'évaluation de l'OSI, comme présenté ci-dessous :

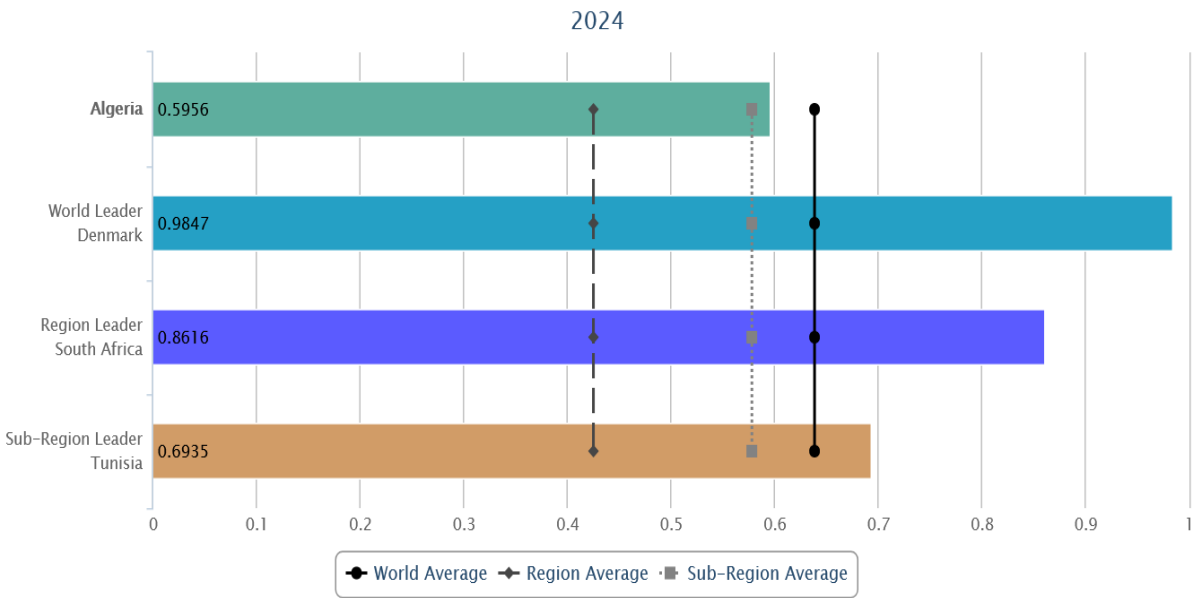
Figure 24 les cinq sous-indice de L'OSI



Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>

4.2 Analyse du classement de l’Algérie dans le Rang mondiale du EGDI

Graphe 15: score de l'Algérie dans l'indice de développement de e-gouvernance 2024

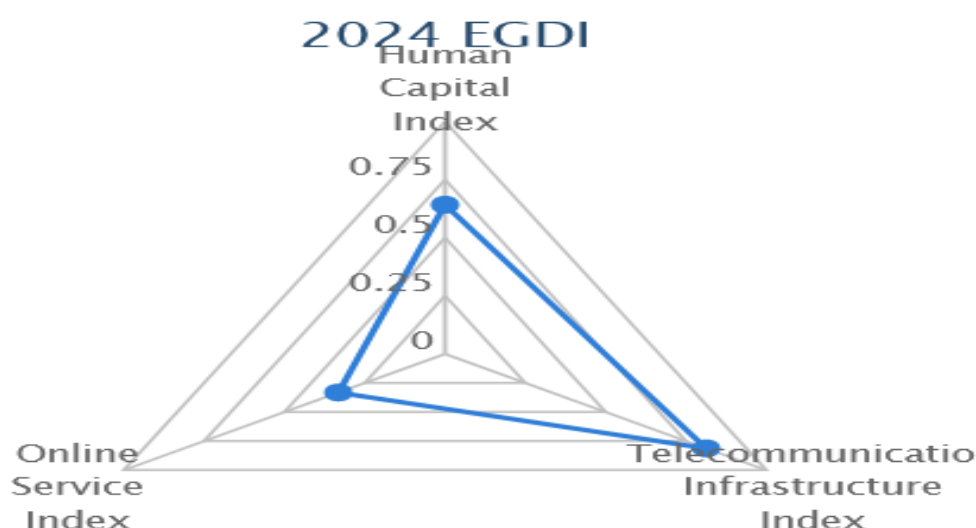


Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria> , consulté le 30/10/2024

Le graphe ci-dessus illustre le score de l’Algérie dans l’indice de développement de la gouvernance électronique en 2024 et sa position par rapport aux leaders mondial, régional et subrégional. Ainsi, cette année, l’Algérie obtient

le score de 0,5956 affichant la 116ème position sur 193 pays. Elle a donc perdu 4 places depuis la 112e place qu'elle occupait en 2022. Ce recul indubitable en revanche atteste d'une compétitivité relative dans les services publics numériques par rapport aux tendances globales et régionales. Bien qu'il y ait eu quelques tentatives pour améliorer l'infrastructure numérique ainsi que l'accès aux services en ligne, l'Algérie est toujours en deçà de pays comme le Danemark, qui a un score de 0,9847, et de l'Afrique du Sud qui se positionne comme le leader régional avec 0,8616. La divergence dans les performances des lagons de la Méditerranée orientale, par exemple, est accentuée par le fait que la Tunisie est un leader sous régional à 0,6935 selon cette mesure. De plus, l'Algérie avec ce score qui la place dans le groupe H2 sur les indicateurs globaux, montre un besoin constant d'investissements et de réformes visant à rehausser le niveau d'efficacité et de disponibilité des services électroniques.

Graph 16: score de chaque composante de l'EGDI de l'Algérie en 2024



Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria>, consulté le 30/10/2024

La figure radar montre les trois composantes de l'indice de développement de l'e-gouvernement (EGDI) de l'Algérie en 2024 : L'indice de capital humain (HCI), l'indice des services en ligne (OSI) et l'indice des infrastructures de télécommunications (TII). Le score du capital humain (HCI) est de 0,6418, ce qui indique un développement humain assez bon qui pourrait soutenir les initiatives d'e-gouvernement. L'indice des services en ligne (OSI), qui a le score le plus bas avec un score de 0,3320, reste le maillon le plus faible, démontrant de sérieux déficits dans la disponibilité et la qualité des services d'e-gouvernement. Cependant, l'infrastructure de télécommunications (TII) se distingue

particulièrement par un score de 0,8129, qui s'explique par une couverture et une capacité technologique appréciables pour l'offre de services en ligne. Cet état des choses sur les composantes, spécialement cette très vive infériorité de l'OSI par rapport au TII, montre qu'étant donné que l'Algérie bénéficie d'une infrastructure solide, elle n'a pas encore développé certains aspects relatifs à la mise en valeur et à l'accessibilité de ses services en ligne et par ricochet l'EGDI du pays.

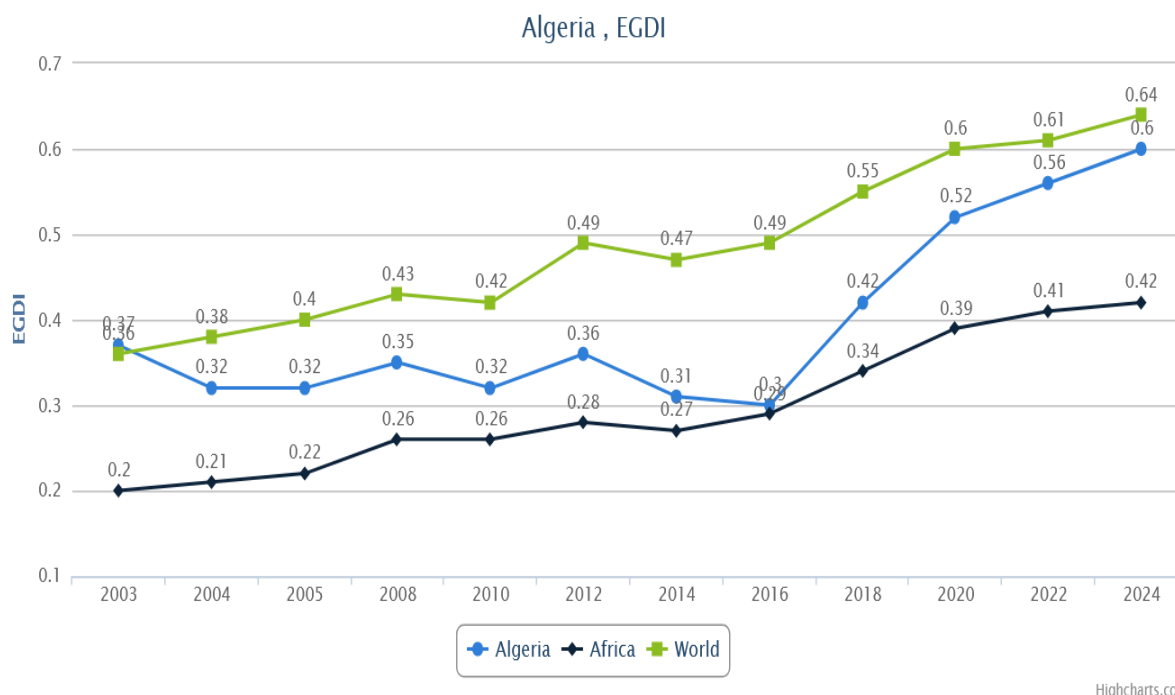
Tableau 6: Evolution du rang et score de l'Algérie dans l'indice de développement de la gouvernance électronique entre 2003-2024

Année	2024	2022	2020	2018	2016	2014	2012	2010	2008	2005	2004	2003
Classement	116	112	120	130	150	136	132	131	121	123	118	91
Score	0,5956	0,5611	0,5173	0,4227	0,2999	0,3106	0,3607	0,3181	0,3515	0,3242	0,3247	0,3699

Source : établi par nos soins à partir des données de UN E-governance knowledgebase, www.publicadministration.un.org

L'évolution du rang et du score de l'Algérie à l'indice EGDI (E-Government Development Index) entre 2003 et 2024 révèle une progression marquée par des phases d'oscillation et des signes de redressement. En 2003, l'Algérie se classait au 91^e rang avec un score de 0,3699, mais a rapidement chuté dans le classement, atteignant la 150^e place en 2016 avec un score de 0,2999, marquant un creux notable. Cependant, dès 2018, une inversion de tendance est visible : le score du pays commence à croître, atteignant 0,5956 en 2024, son niveau le plus élevé de la période. Cette remontée dans le score et le classement semble en grande partie due à la stratégie numérique déployée par le gouvernement algérien, particulièrement intensifiée par la pandémie de COVID-19 qui a accéléré l'adoption de services en ligne et la transformation numérique. Ces efforts commencent à porter leurs fruits et démontrent une amélioration réelle des infrastructures et des services d'e-gouvernance. Néanmoins, malgré ces progrès, l'Algérie reste dans une position relativement basse au niveau mondial et africain, soulignant que ces avancées sont encore insuffisantes pour rivaliser avec les pays leaders, notamment ceux possédant des infrastructures numériques plus développées.

Graphe 17: évolution du score de l'Algérie dans l'EGDI entre 2003-2024 et son emplacement par rapport à la moyenne mondiale et régionale



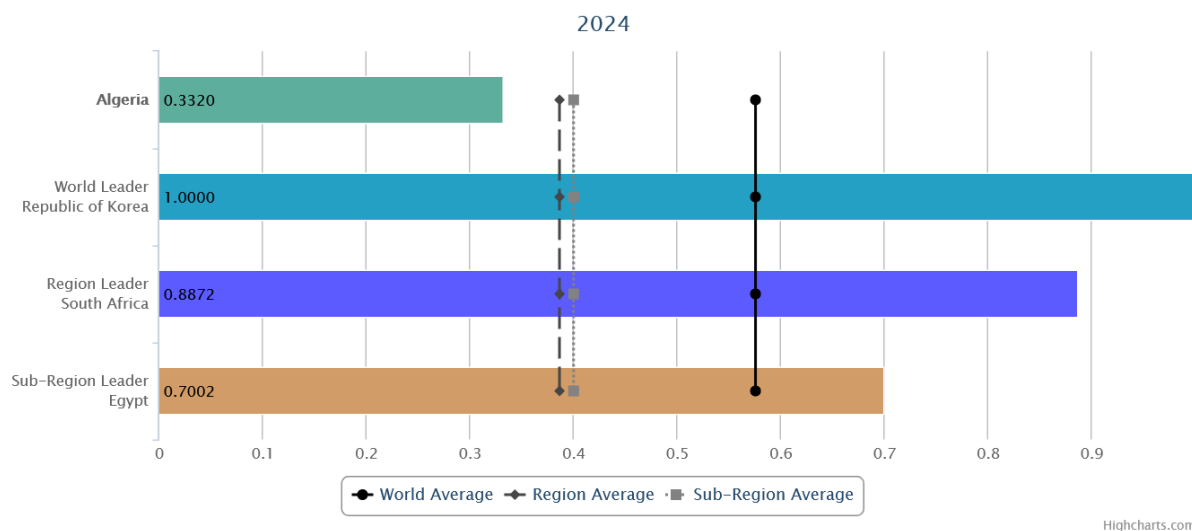
Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria>, consulté le 30/10/2024

Le graphique de l'indice EGDI (E-Government Development Index) montre l'évolution des services de gouvernance électronique en Algérie, en comparaison avec les moyennes africaine et mondiale entre 2003 et 2024. En Algérie, le score EGDI a progressivement augmenté, comme nous l'avons suscité passant d'environ 0,32 en 2003, avec quelques fluctuations jusqu'en 2016, pour atteindre 0,42 en 2024, témoignant d'une amélioration des infrastructures et services numériques. À l'échelle africaine, bien que le score reste globalement inférieur à la moyenne mondiale, une progression constante est observée : de 0,2 en 2003, il s'élève à 0,42 en 2024, illustrant une avancée dans la numérisation à l'échelle du continent. Quant au niveau mondial, l'indice démarre déjà plus haut, à 0,37 en 2003, et continue de croître pour atteindre 0,64 en 2024, montrant une dynamique d'évolution numérique plus rapide à l'échelle globale.

4.2.1 Analyse des scores des composantes de l'indice de développement de la gouvernance électronique

- L'indice des services en ligne (online services index OSI)

Graph 18: score de l'Algérie dans l'indice des services en ligne OSI en 2024

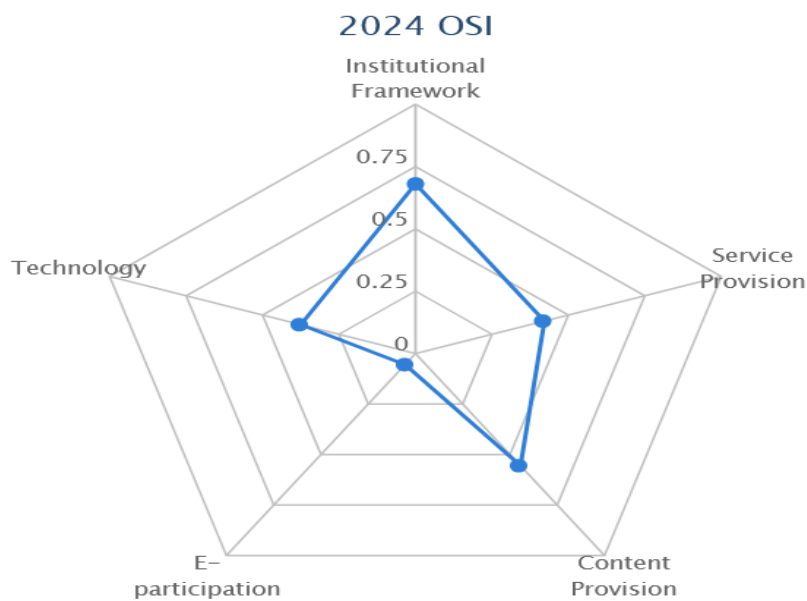


Source : UN E-governance knowledgebase,

<https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria> , consulté le 30/10/2024

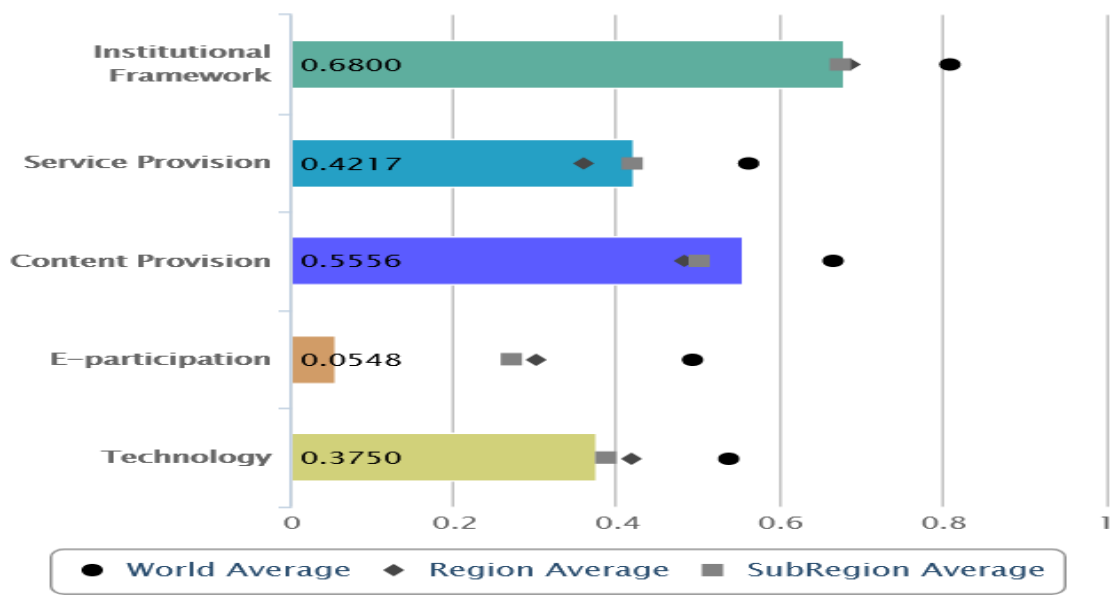
En 2024, les scores de l'indice OSI (Online Service Index) montrent des écarts frappants entre les pays en matière de services en ligne, révélant le niveau de développement numérique et d'innovation en e-gouvernance. La Corée du Sud, avec un score parfait de 1,000, confirme son statut de pionnière mondiale dans le domaine, soutenue par des infrastructures modernes et une forte culture numérique. En Afrique, l'Afrique du Sud se distingue également, avec un score de 0,8872 qui la place bien au-dessus de la moyenne régionale et montre des progrès solides en digitalisation. L'Égypte affiche un score de 0,7002, preuve de ses efforts récents pour renforcer ses services numériques. En comparaison, le score de l'Algérie, à 0,3320, reste en retrait, montrant que les services en ligne sont encore en développement. Malgré des progrès encourageants, l'Algérie fait face à des défis importants pour accélérer sa transformation numérique et renforcer la portée de ses services en ligne, même si elle s'efforce de rattraper son retard dans ce domaine.

Graphe 19: Scores des sous composantes de l’indice des services en ligne de l’Algérie en 2024



Source : Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria> , consulté le 30/10/2024

Graphe 20: Les scores des indices qui composent l' OSI de l'Algérie en 2024 et leurs situations par rapport aux moyennes mondiale, régionale et subrégionale



Source : Source : UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/Data/Country-Information/id/3-Algeria> , consulté le 30/10/2024

Les deux graphes ci-dessus illustrent les scores des sous composantes de l'indice des services en ligne de l'Algérie en 2024 qui se présente comme suit :

- Institutional Framework (0,6800) :

Cette composante mesure la capacité institutionnelle du gouvernement à soutenir et à promouvoir les services en ligne. Avec un score de 0,6800, l'Algérie semble avoir un cadre institutionnel relativement développé pour les services numériques. Ce score étant élevé mais pas parfait indique que le cadre législatif et institutionnel est favorable au développement des services en ligne, mais qu'il pourrait être encore plus robuste pour renforcer l'efficacité et la transparence des services numériques. Les autorités pourraient envisager de réviser ou de renforcer la réglementation et les structures administratives pour soutenir la transformation numérique.

- Service Provision (0,4217) :

Cette sous-composante évalue la disponibilité et la qualité des services publics en ligne. Un score de 0,4217 indique une provision de services en ligne qui reste insuffisante par rapport aux attentes ou aux standards internationaux. Cela suggère que bien que certains services en ligne soient disponibles, l'étendue et la qualité de ces services nécessitent une amélioration notable. L'Algérie pourrait avoir besoin de se concentrer sur l'élargissement de l'offre de services en ligne dans divers domaines comme la santé, l'éducation ou les services administratifs, en utilisant des solutions innovantes pour améliorer l'accessibilité et la facilité d'utilisation.

- Content Provision (0,5556) :

Cette composante mesure la richesse et la pertinence du contenu disponible en ligne pour les citoyens, y compris la qualité et la diversité des informations mises à disposition. Un score de 0,5556 est modéré, ce qui indique que bien qu'il existe un certain effort pour fournir des contenus en ligne, l'Algérie pourrait améliorer la diversité et la profondeur des informations disponibles pour le public. Des stratégies visant à améliorer la qualité de l'information (éducation, culture, santé, etc.) et à assurer une mise à jour régulière des contenus seraient bénéfiques.

- E-Participation (0,0548) :

L'e-participation mesure la capacité des citoyens à interagir avec les autorités via des plateformes en ligne, que ce soit pour la prise de décision, les

consultations ou la participation à des forums de discussion. Un score extrêmement bas de 0,0548 classant le pays au 189 rang sur 193 états indique que l'Algérie est encore à un stade très précoce en matière de participation en ligne. Ce score très faible suggère une absence quasi totale de mécanismes efficaces d'e-participation dans le pays. Il est impératif de mettre en place des plateformes numériques qui permettent aux citoyens de participer activement à la gouvernance, en recueillant leurs opinions et suggestions sur des projets publics, en facilitant les consultations ou en créant des espaces de discussion virtuelle avec les responsables gouvernementaux.

Ce score bas a fait baisser la moyenne de la valeur de l'indice des services en ligne de l'Algérie ce qui a causé sa régression dans le classement mondial du EGD

Tableau 7: l'évolution de l'indice de e-participation de l'Algérie entre 2003 et 2024

Année	2024	2022	2020	2018	2016	2014	2012	2010	2008	2005	2004	2003
Classement de l'Algérie	187	148	183	165	167	172	124	157	152	105	97	91
Score de l'Algérie	0.05480	0.22730	0.15480	0.20220	0.11864	0.07843	0.05260	0.01428	0.02272	0.03174	0.03278	0.05170

Source : établi par nos soins à partir des données d'UN E-governance knowledgebase, www.publicadministration.un.org

L'évolution de l'indice de e-participation de l'Algérie entre 2003 et 2024 montre des variations marquées et fournit un aperçu des progrès réalisés, mais aussi des défis qui persistent dans le domaine de la participation numérique. Durant la période 2003-2014 l'Algérie commence avec un score modeste (0,0517 en 2003) et un classement qui se détériore progressivement, passant de la 91e à la 124e position. Bien que quelques progrès soient notables, ils demeurent limités, ce qui peut être attribué à un développement relativement lent des infrastructures numériques, une adoption timide des technologies de l'information et une stratégie de transformation numérique encore embryonnaire. Cependant, à partir de 2016, l'Algérie semble avoir fait quelques efforts pour encourager l'e-participation, reflétés dans l'augmentation de son score de 0,11864 en 2016 à

0,2273 en 2022. Malgré ce progrès, le classement de l'Algérie reste bas au niveau mondial (de 167^e en 2016 à 148^e en 2022), soulignant le besoin de renforcer davantage les plateformes de participation citoyenne en ligne pour rattraper son retard. En 2024, le score de l'Algérie chute drastiquement à 0,0548, la plaçant au 187^e rang mondial. Cette baisse importante pourrait être le reflet d'un manque de continuité ou de renforcement des plateformes de participation en ligne, de déficits dans les investissements technologiques, et d'une faible mobilisation citoyenne sur ces outils numériques. D'autres pays ayant intensifié leurs efforts en matière de participation numérique, l'Algérie se retrouve à la traîne.

- Technology (0,3750) :

Cette sous-composante évalue l'infrastructure technologique de base disponible pour soutenir les services en ligne, notamment l'accès à Internet, la vitesse de connexion, et la disponibilité des technologies adaptées. Un score de 0,3750 indique que la technologie est un facteur limitant dans le développement des services en ligne en Algérie. Ce score relativement bas suggère des défis en matière d'infrastructure technologique. Les services en ligne dépendent fortement de la qualité des infrastructures numériques, et ce score indique que des investissements supplémentaires sont nécessaires pour améliorer l'accès à Internet, particulièrement dans les zones rurales, et pour offrir des services plus rapides et plus efficaces.

Section 04 : Analyse du développement de l'investissement touristique en Algérie entre 2012-2024

1 Les zones d'expansion touristiques et l'aménagement touristique

Le législateur algérien a défini les zones d'expansion touristique (ZET) comme étant « toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines et créatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique et pouvant être exploitée pour le développement d'au moins une sinon plusieurs formes rentables de tourisme. »¹⁸³

¹⁸³ Article 02 de la loi n° 03-03 du 16 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relative aux zones d'expansion et sites touristiques JO :11

Cependant, il a décrit les sites touristiques comme « tout paysage ou lieu présentant un attrait touristique par son aspect pittoresque, ses curiosités, ses particularités naturelles ou les constructions qui y sont édifiées, auquel est reconnu un intérêt historique, artistique, légendaire ou culturel, et qui doit être entretenu ou mis en valeur dans son originalité et préservé tant de l'érosion que des dégradations du fait de la nature ou de l'homme »¹⁸⁴. Alors que qu’il a désignée des zones de protection qui représente « une partie d'une zone d'expansion ou d'un site touristique non constructible nécessitant une protection particulière en vue de conserver ses qualités naturelles, archéologiques ou culturelles »¹⁸⁵.

1.1 L’état des Zones d’expansion touristique en Algérie

Tableau 8: Répartition des zones d'expansion touristique selon leur emplacement géographique en 2024.

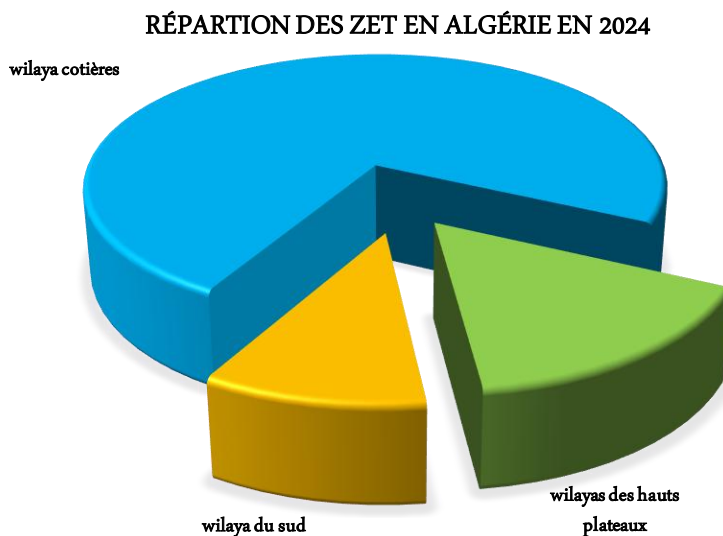
	Wilayas côtières	Wilayas du haut plateau	Wilayas du sud	Total
Nombre des ZET	165	36	23	242
Superficies des ZET(hectare)	38 483,90	8 082,95	9 728,21	56.295,06

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat

Graphe 21: réparation des ZET en Algérie en 2024

¹⁸⁴ Idem

¹⁸⁵ idem



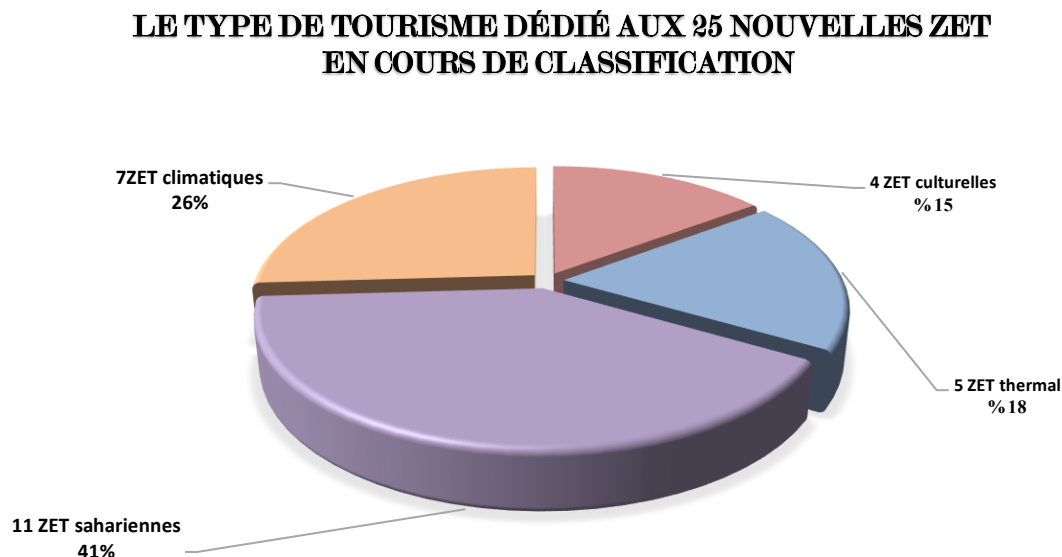
Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

L'Algérie dispose d'un parc foncier qui comprend 224 zones d'expansion et sites touristiques (ZET), couvrant une superficie totale de **56.295,06** hectares répartis sur 36 wilayas. Au total, 174 ZET ont été désignées par le décret n° 88-232 du 5 novembre 1988, et par la suite, 02 d'entre elles ont été reclassées en statut inférieur par le décret n° 04-398 du 8 décembre 2004. La classification des 02 ZET a été établie par le décret exécutif n° 09-226 du 29 juin 2009. Le décret exécutif n° 10-130 du 29 avril 2010 a classé 31 ZET. Et le 28 novembre 2016, le décret exécutif n° 16-308 a classé 20 autres ZET.

Sur les 224 ZET : On dénombre 165 ZET dédiées aux activités côtières (dans 14 wilayas côtières) avec une superficie de 38 483,90 hectare ; 36 ZET axées sur les activités thermales et climatiques (dans 12 wilayas des hauts plateaux) d'une superficie de 8 082,95 hect ; et 23 ZET situées dans la région saharienne (réparties sur 8 wilayas du sud) avec 9 728,21 hect de superficie.

1.2 Le renforcement et le développement du portefeuille du foncier touristique

Graphe 22: le type de tourisme dédié aux 25 nouvelles ZET en cours de classification



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

Actuellement, un total de 153 études de classement de nouvelles Zones d'Expansion Touristique (ZET) s'est enregistrées au niveau du ministère chargé du tourisme. Parmi celles-ci, 25 nouvelles zones ont été transmises au Secrétariat Général du Gouvernement (SGG) pour validation et sont en cours de classement. Elles seront annoncées par décret exécutif, et seront réparties sur 15 wilayas, dont 4 nouvelles. Outre, 54 nouvelles ZET sont en cours d'étude, dont 15 à un stade d'étude très avancé. Cependant, l'étude d'aménagement de 60 nouvelles ZET ont été suspendues et 14 études de nouvelles ZET ont été annulées après consultation des différents secteurs. Ces initiatives témoignent d'une dynamique stratégique visant à renforcer le foncier touristique tout en diversifiant l'offre touristique et en valorisant le potentiel naturel et culturel des territoires concernés, en vue de renforcer l'attractivité touristique et de stimuler le développement socio-économique local.¹⁸⁶

¹⁸⁶ Ministère du tourisme et de l'artisanat

1.3 Etat d'avancement des plans d'aménagements touristiques (PAT) 2024

Conformément à l'article 12 de la loi n° 03-03 du 17 février 2007 relative aux zones d'expansion et aux sites touristiques, l'aménagement et la gestion des zones d'expansion touristique se font selon le cahier des charges du plan d'aménagement touristique. Depuis 2010, 195 zones d'expansion touristique ont bénéficié de fonds pour l'élaboration de plans.

Dans le cadre du développement du secteur touristique, un programme d'envergure a été mis en œuvre, visant à aménager des zones dédiées à l'expansion touristique. Ce programme a fait l'objet de deux opérations distinctes : la première s'est déroulée entre 2005 et 2014, tandis que la seconde s'est conclue à la fin de l'année 2018.

La première opération, qui a bénéficié d'un budget prévisionnel de 13 777 500 000 dinars algériens, a porté sur 26 zones d'expansion touristique, dont 11 ont vu le début des travaux. Cependant, ces opérations sont actuellement en suspens depuis 2016.

La seconde opération, dotée d'un budget de 18 605 000 000 dinars algériens, a bénéficié à 44 wilayas pour l'aménagement de 116 zones et sites touristiques. Toutefois, cette opération est également suspendue depuis 2020, et sa situation peut être résumée comme suit :

Parmi les 15 zones et sites en phase de démarrage des travaux, 13 ont déjà commencé et 2 sont en cours de lancement. Par ailleurs, 42 zones et sites sont en phase de lancement des procédures d'appel d'offres, tandis que 59 zones et sites n'ont pas encore vu le début des travaux. Il convient de souligner que l'insuffisance des enveloppes financières disponibles représente un obstacle majeur. Ces fonds sont essentiels pour la mise en place des réseaux, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur des zones d'expansion touristique, ainsi que pour l'indemnisation des propriétaires de terres agricoles et privées.

En somme, malgré les efforts déployés pour l'aménagement des zones d'expansion touristique, les deux opérations rencontrent des obstacles majeurs, notamment le gel des travaux et le manque de financement, ce qui entrave leur pleine réalisation.¹⁸⁷

¹⁸⁷ Rapport annuel du ministère du tourisme et de l'artisanat année 2024

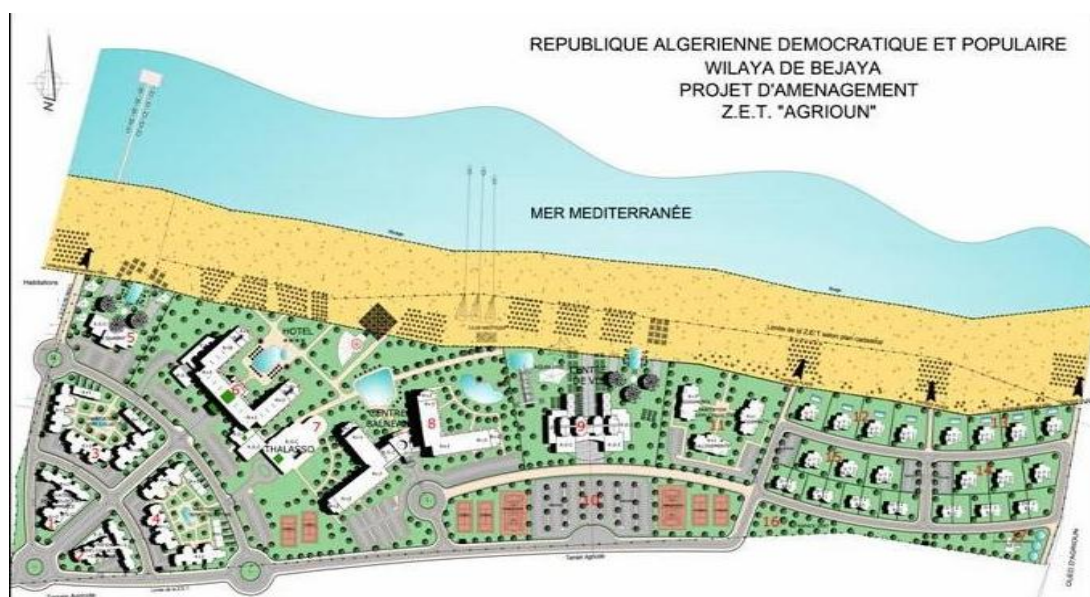
Tableau 9: Etat d'avancement des plans d'aménagements touristiques (PAT) 2024

PAT	Etat 2024
<i>PAT approuvés</i>	61
<i>PAT achevés en cours d'approbation</i>	38
<i>PAT achevés en cours d'étude</i>	64
<i>PAT suspendus à la première phase</i>	11
<i>PAT non lancés (gelés)</i>	21
<i>ZET qui ne possède pas de PAT (budget non disponible)</i>	29
Total	224

Source : établi par nos soins à partir des données du ministère du tourisme et de l'artisanat

Le tableau illustre avec précision l'état actuel des plans de développement touristique, mettant en lumière les différentes étapes de leur progression. Au total, 61 plans ont été approuvés, créant ainsi un socle solide et prometteur pour le secteur en terme de disponibilité de foncier touristique. Par ailleurs, 38 plans sont en cours d'approbation, dont 11 au niveau du Secrétariat général du gouvernement et 27 au sein du département ministériel, témoignant d'une action administrative dynamique et d'une gestion optimisée des délais. Parallèlement, 64 plans sont en phase d'étude, avec des niveaux d'avancement variés : 23 sont en finalisation, 15 en troisième phase, 21 en deuxième phase et 5 en première phase, indiquant une progression graduelle mais parfois lente. Cependant, 32 plans ont été gelés, dont 11 en première phase d'étude, révélant des obstacles techniques, financiers ou administratifs. Enfin, 29 zones d'expansion touristique identifiées, soigneusement sélectionnées pour leur potentiel, sont actuellement en attente de financement, constituant ainsi un levier de croissance pour l'avenir. En somme, bien que de nombreux projets soient en cours, des défis persistent, notamment des retards dans les approbations, des études prolongées, des projets suspendus et un manque de ressources financières. Cependant, une coordination renforcée et une mobilisation accrue permettront d'accélérer leur mise en œuvre, garantissant ainsi le succès de ces initiatives pour l'essor économique et la prospérité future.

Figure 25: projet d'aménagement de la ZET "AGRIOUN" wilaya de Bejaya



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

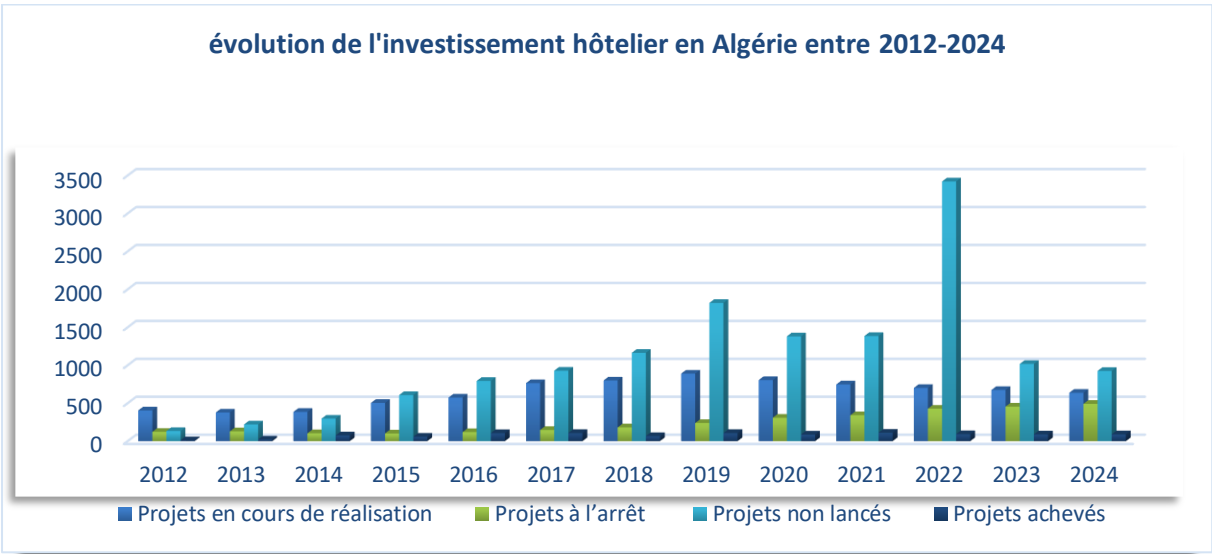
2 Aménagement et l'investissement Hôtelier

Tableau 10: évolution de l'investissement hôtelier en Algérie entre 2012-2024

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Projets en cours de réalisation	404	377	385	504	574	764	799	889	804	747	701	674	637
Projets à l'arrêt	122	129	104	101	119	147	181	239	308	342	427	455	491
Projets non lancés	133	219	296	607	793	928	1163	1821	1380	1385	3421	1017	925
Projets achevés	11	21	76	58	106	107	67	107	87	111	92	89	90
Total	670	746	861	1270	1602	1946	2210	3056	2579	2585	4641	2235	2143

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat 2025

Graphe 23: évolution de l'investissement hôtelier en Algérie entre 2012-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le graphe 24 illustre l'évolution de l'investissement hôtelier en Algérie entre 2012 et 2024, mettant en lumière les dynamiques des projets hôteliers. En 2012, le total des projets s'élevait à 670, avec 404 projets en cours de réalisation, 122 à l'arrêt, 133 non lancés et seulement 11 achevés. Au fil des années, le nombre total de projets a augmenté de manière significative, atteignant un pic de 4 641 en 2022, avant de redescendre à 2 235 en 2023. Les projets en cours de réalisation ont fluctué, passant de 404 en 2012 à 674 en 2023, tandis que les projets à l'arrêt ont augmenté régulièrement, de 122 en 2012 à 455 en 2023, reflétant des difficultés persistantes dans la réalisation des projets. Les projets non lancés ont connu une hausse marquée, notamment en 2022 avec 3 421 projets, avant de chuter à 1 017 en 2023. Enfin, les projets achevés sont restés relativement faibles, variant entre 11 en 2012 et 89 en 2023, avec une moyenne annuelle d'environ 80 projets achevés. Ces données montrent une croissance globale des initiatives hôtelières, mais aussi des défis importants en termes de réalisation et de finalisation des projets, soulignant la nécessité de solutions pour améliorer l'efficacité et la gestion des investissements dans le secteur hôtelier algérien.

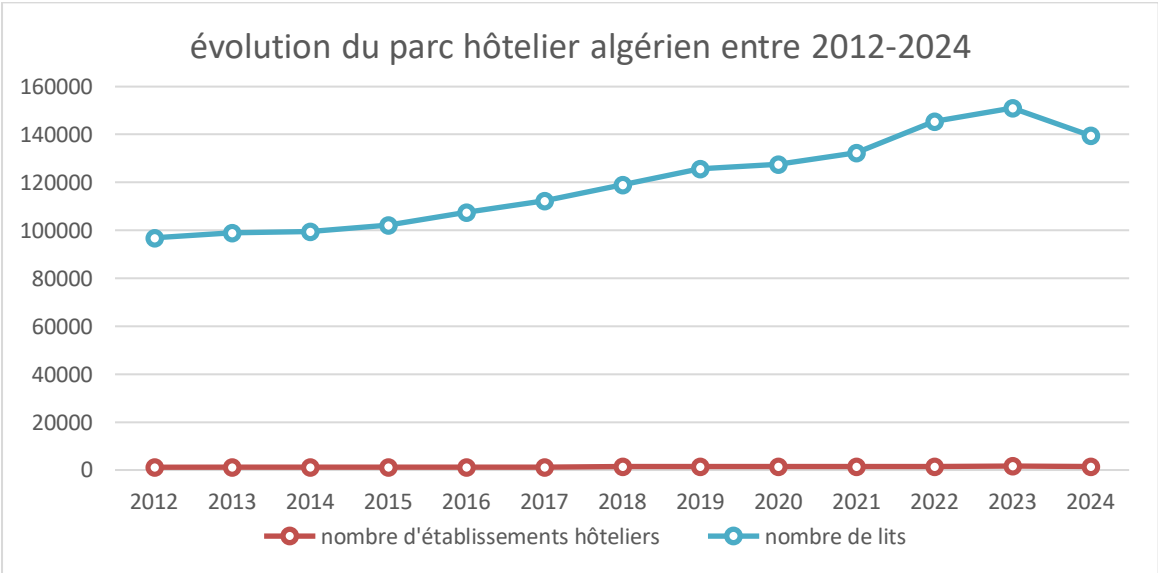
3 Situation du parc hôtelier (en cours d’exploitation)

Tableau 11: évolution du parc hôtelier Algérien entre 2012-2024

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nombre d'établissements hôteliers	1155	1176	1185	1195	1231	1289	1368	1417	1449	1502	1576	1638	1427
Taux de croissance	-	1,81%	0,76%	0,84%	3,01%	4,71%	6,13%	3,58%	2,26%	3,66%	4,93%	3,93%	-12,88%
nombre de lits	96898	98904	99605	102244	107420	112264	119155	125676	127 614	132 266	145 526	151.052	139678
Taux de croissance	-	2,07%	0,70%	2,65%	5,06%	4,51%	6,14%	5,47%	1,54%	3,65%	10,03%	3,80%	-7,53%

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat 2025

Graph 24: évolution du parc hôtelier Algérien entre 2012-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le tableau et le graphe ci-dessus illustrent l'évolution du parc hôtelier algérien entre 2014 et 2024, en mettant en lumière le nombre d'établissements hôteliers et de lits disponibles. Entre 2014 et 2023, le secteur a affiché une croissance constante, avec un passage de 1 185 à 1 638 établissements, et une augmentation des lits de 99 605 à 151 052. Cependant, l'année 2024 marque un recul notable : le nombre d'établissements tombe à 1 427 (-12,88 %) et celui des lits à 139 678 (-7,53 %).

Cette baisse s'explique par une révision effectuée par le ministère du Tourisme et de l'Artisanat algérien, qui a supprimé de la liste officielle les établissements fermés définitivement par leurs propriétaires, ceux qui ont changé

d’activité (vers dortoirs) ainsi que les structures ne relevant pas directement du tourisme ouvert au grand public et aux touristes tel que les œuvres sociales (comme les maisons d'enseignants ou les infrastructures d’hébergement de Sonatrach). Bien qu'elle semble négative en surface, cette mise à jour offre une vision plus réaliste et fiable du parc hôtelier.

Malgré cette correction, les données jusqu'en 2023 témoignent une dynamique de croissance significative, reflètent un important investissement dans le secteur. La diminution observée en 2024 ne traduit donc pas un recul structurel, mais plutôt une démarche de rationalisation et de mise en conformité des statistiques. Cette initiative met en avant l'importance de concentrer les efforts sur des établissements réellement opérationnels, accessibles au public, et conformes aux normes.

Cette révision est également un levier pour mieux orienter les politiques publiques en matière de subventions et d'investissements. Elle vise une gestion plus efficace du secteur tout en renforçant la crédibilité des données disponibles. Pour l'avenir, il est essentiel de poursuivre ces mises à jour régulières, de soutenir la conformité des établissements, de diversifier l'offre touristique et de continuer à améliorer la qualité des services afin de répondre aux attentes des visiteurs. Une telle approche permettra au tourisme algérien de progresser durablement, tout en valorisant pleinement son potentiel.

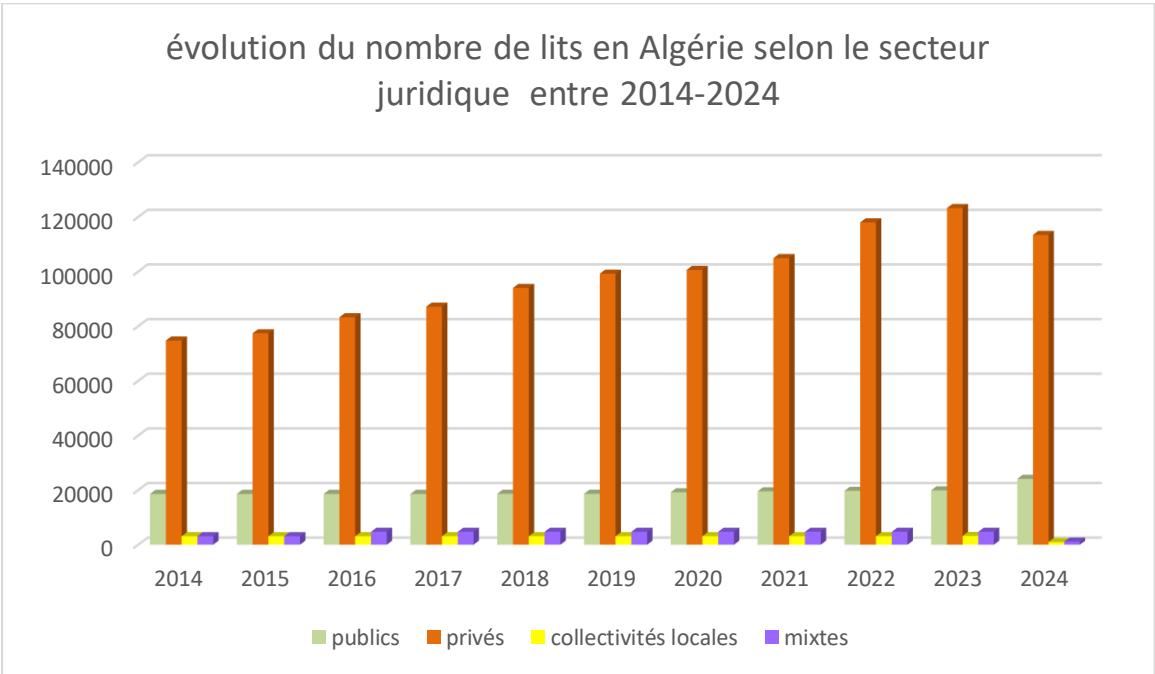
Tableau 12: évolution du parc hôtelier en Algérie selon la nature juridique entre 2014-2024

Année		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Public	Nb structures	65	65	65	65	67	67	78	80	81	83	99
	Nb lits	18613	18613	18613	18613	18657	18657	19215	19557	19717	19925	24108
Privé	Nb structures	1059	1069	1104	1162	1239	1285	1306	1357	1430	1488	1309
	Nb lits	74744	77383	83301	87145	93992	99230	100610	104920	118020	123258	113422
Collectivité locale	Nb structures	54	54	54	54	54	54	54	54	54	56	16
	Nb lits	3134	3134	3134	3134	3134	3134	3134	3134	3134	3.214	1000

Mixte	Nb structures	07	07	08	08	08	11	11	11	11	11	03
	Nb lits	3114	3114	3372	3372	3372	4755	4755	4755	4755	4755	1148
Total	Nb structures	1185	1195	1231	1289	1368	1417	1449	1502	1576	1638	1427
	Nb lits	99605	102244	107420	112264	119155	125676	127614	132266	145526	151.052	139678

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat 2025

Graphe 25: évolution du nombre de lits en Algérie selon le secteur juridique entre 2014-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le tableau 12 et le graphe 26, présente l’évolution du parc hôtelier en Algérie entre 2014 et 2024 selon la nature juridique des structures (public, privé, collectivités locales, mixte). L’analyse révèle des dynamiques variées selon les secteurs, influencées notamment par la mise à jour opérée en 2024 par le ministère du Tourisme, qui a exclu de la liste officielle les établissements fermés, les changements d’activités ou non accessibles au grand public et aux touristes.

Dans le **secteur public**, le nombre de structures est resté stable à 65 entre 2014 et 2017, avant d’augmenter progressivement pour atteindre 83 en 2023, soit une croissance de **27,69 %** par rapport à 2014. En 2024, une hausse notable est

enregistrée avec 99 structures (+19,28 % par rapport à 2023). De même, le nombre de lits passe de 18 613 en 2014 à 24 108 en 2024, représentant une augmentation totale de **29,49 %**, avec une forte croissance entre 2023 et 2024 (+21 %).

Le **secteur privé**, dominant en termes de structures et de lits, affiche une croissance significative entre 2014 et 2023. Le nombre de structures passe de 1 059 en 2014 à 1 488 en 2023 (+40,49 %), et celui des lits de 74 744 à 123 258 (+64,87 %). Cependant, en 2024, une diminution est observée, avec 1 309 structures (-12,02 %) et 113 422 lits (-7,99 %) par rapport à 2023. Cette baisse est directement liée à la révision des données, qui a exclu les établissements non conformes ou fermés.

Les **collectivités locales** présentent une relative stabilité entre 2014 et 2021 avec 54 structures et 3 134 lits. Une légère augmentation des structures est observée en 2023 (56), accompagnée d'une hausse des lits à 3 214. Toutefois, en 2024, une chute drastique est enregistrée : seulement 16 structures (-71,43 %) et 1 000 lits (-68,89 %). Cette baisse est également due à la rationalisation des statistiques.

Le **secteur mixte**, bien que marginal, connaît une évolution similaire. Le nombre de structures augmente légèrement de 7 en 2014 à 11 en 2023 (+57,14 %), avant de chuter à 3 en 2024 (-72,73 %). Le nombre de lits suit la même tendance, passant de 3 114 en 2014 à 4 755 en 2023 (+52,71 %), puis diminuant fortement à 1 148 en 2024 (-75,85 %).

En résumé, Le secteur privé demeure le pilier principal du parc hôtelier en Algérie, regroupant la majorité des structures et des lits disponibles. Cependant, il enregistre un recul en 2024, une tendance probablement liée à la mise à jour des données opérée par le ministère.

De son côté, le secteur public affiche une progression marquée en 2024, avec une hausse significative du nombre de structures (+19,28 %) et de la capacité d'accueil (+21 %). Cette croissance permet de compenser en partie les baisses observées dans les autres secteurs.

En revanche, les secteurs des collectivités locales et des structures mixtes subissent une forte baisse en 2024. Ce déclin s'explique sans doute par la révision des statistiques, qui a conduit à exclure les établissements non conformes ou non accessibles au grand public.

Dans l’ensemble, la rationalisation des données en 2024 offre une vision plus claire et réaliste de la situation. Elle met en lumière l’urgence de renforcer le soutien au secteur privé tout en modernisant les infrastructures publiques pour répondre aux besoins croissants du tourisme. Cette démarche s’inscrit dans une perspective d’optimisation et d’amélioration continue du secteur hôtelier.

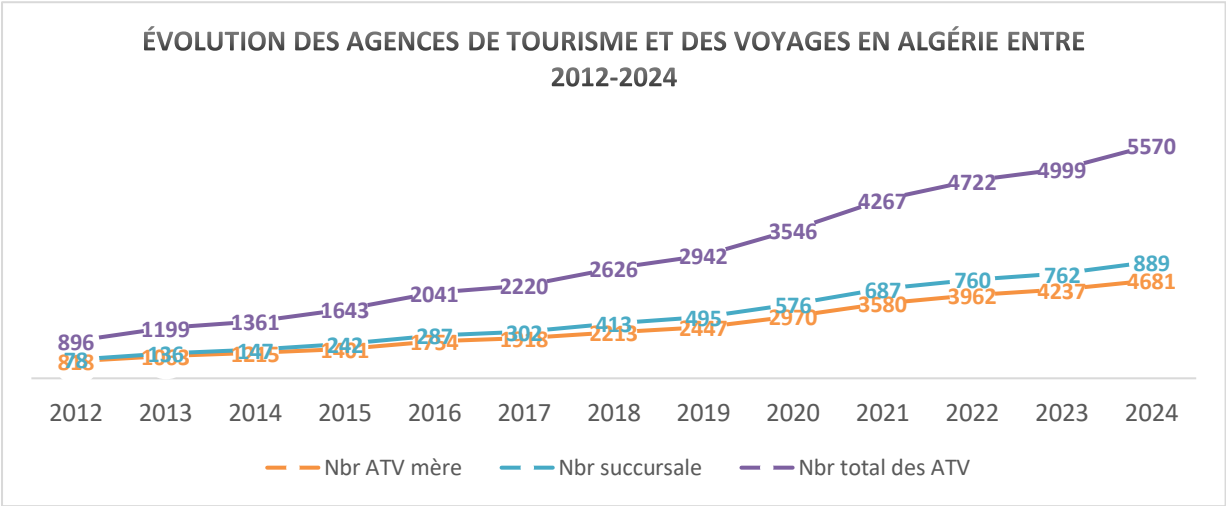
4 Situation des agences de tourisme et de voyages

Tableau 13: évolution des agences de tourisme et des voyages en Algérie entre 2012-2024

Année	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nb ATV mère	818	1063	1215	1401	1754	1918	2213	2 447	2 970	3 580	3 962	4 237	4 681
Nb ATV succursale	78	136	147	242	287	302	413	495	576	687	760	762	889
Nb total des ATV	896	1199	1361	1643	2041	2220	2626	2942	3546	4267	4722	4999	5 570
Taux de croissance		33,82%	13,51%	20,72%	24,22%	8,77%	18,29%	12,03%	20,53%	20,33%	10,66%	5,87%	11,42%

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat

Graphe 26: évolution des agences de tourisme et des voyages en Algérie entre 2012-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le graphe 27 montre la croissance du nombre des agences de tourisme et des voyages en Algérie entre 2012 et 2024, dévoilant un développement

significatif du secteur car le nombre total d'ATV est passé de 896 en 2012 à 5570 en 2024, avec une accélération notable à partir de 2018. Cette expansion est portée à la fois par une augmentation des agences mères et, surtout, par une forte croissance des succursales, reflétant une stratégie de décentralisation et d'accessibilité accrue des services touristiques. La période 2018-2024 se distingue par une progression rapide, avec un nombre total d'ATV dépassant les 5570 en 2024. Cette tendance suggère un intérêt croissant pour le tourisme en Algérie, soutenu par des politiques favorables et notamment après l'application des dispositifs du décret exécutif n° 17-161 du 15 mai 2017, fixant les conditions de création et les modalités d'exploitation des agences de tourisme et de voyages en Algérie, qui a allégé les conditions pour investir dans les ATV afin de répondre à une demande accrue, marquant ainsi un développement dynamique et prometteur pour le secteur.

5 Situation de l'investissement dans le secteur du thermalisme

Tableau 14: évolution de l'investissement dans le secteur du thermalisme en Algérie entre 2012-2024

Années	Nombres		Etablissements opérationnels				Projets en cours de réalisation	Projets à l'arrêt
	Source thermale	Concession d'eau thermale	Station Thermale		Centre de thalassothérapie			
			Etatique	Privé	Etatique	Privé		
2012	202	37	8	7	1	1	10	15
2013	202	47	8	7	1	1	15	14
2014	202	50	8	7	1	1	20	11
2015	282	55	8	10	1	1	25	10
2016	282	62	8	13	1	1	30	09
2017	282	74	8	13	2	1	34	16
2018	282	83	8	15	2	1	38	19
2019	282	92	8	18	2	1	43	20
2020	282	93	8	18	2	1	44	20
2021	282	93	8	19	2	1	44	20
2022	282	92	8	21	2	1	25	22

2023	282	93	8	24	2	1	25	18
2024	282	97	8	33	2	1	21	22

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat 2025

Le tableau 14 expose l'évolution de l'investissement dans le secteur thermal en Algérie entre 2012 et 2024, en mettant en lumière plusieurs aspects clés du secteur. Le nombre de sources thermales est resté constant à 282 entre 2015 et 2024, indiquant une stabilité dans la disponibilité des ressources naturelles. Cependant, les concessions d'eau thermale ont augmenté, passant de 37 en 2012 à 97 en 2024, montrant une légère expansion dans l'exploitation de ces ressources ce qui reste modeste par rapport aux potentialités existantes.

Le nombre des stations thermales gérées par les services de l'état est resté stable lui aussi à 8 entre 2012 et 2024, ce qui suggère une absence de nouveaux projets publics dans ce domaine. En revanche, les centres privés ont connu un accroissement significatif, passant de 7 en 2012 à 24 en 2023, indiquant un intérêt croissant du secteur privé pour le thermalisme.

Idem, en ce qui concerne les centres de thalassothérapie, leur nombre est resté constant à 2 entre 2018 et 2023 pour thalassothérapie étatiques. On marque une seule station privée montrant une absence de croissance dans ce secteur spécifique.

Les projets en cours de réalisation ont fluctué, passant de 10 en 2012 à 25 en 2022 et 2023. Cette augmentation qui reste plus ou moins timide par rapport aux moyens et potentialités que possède l'Algérie ne matière de ressources thermales et loin des objectifs stratégiques soulignés par le gouvernement dans le cadre des dynamiques du SDAT 2030. Les projets à l'arrêt ont également varié, passant de 15 en 2012 à 18 en 2023, avec un pic à 22 en 2022. Cela suggère des défis persistants dans la mise en œuvre de certains projets.

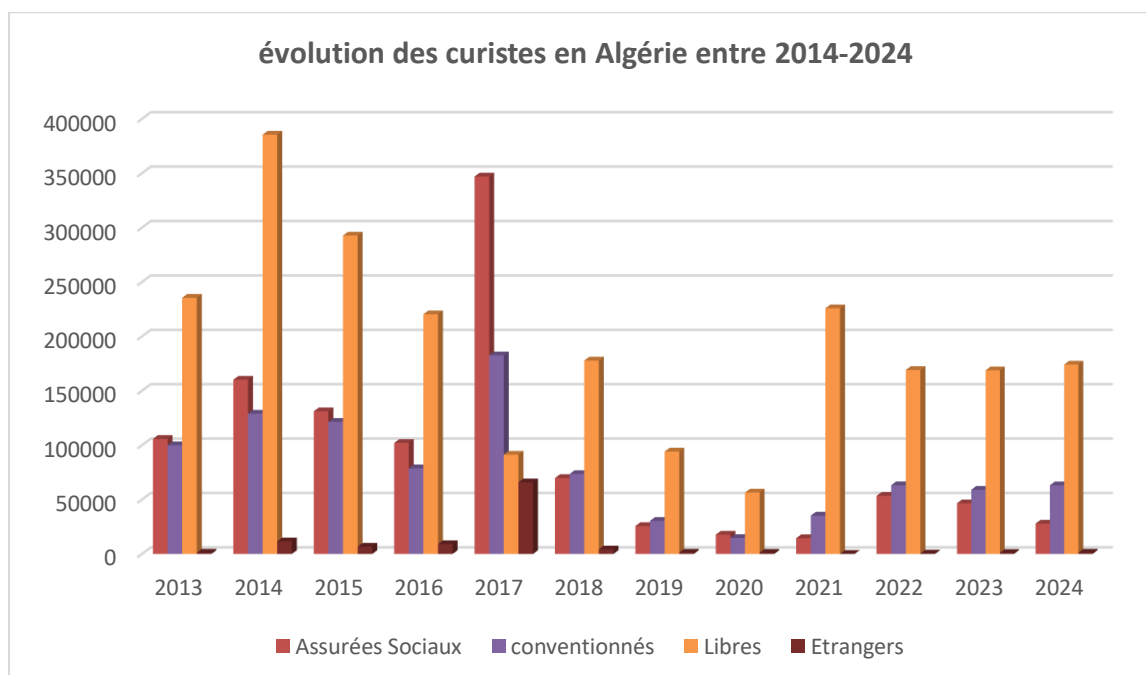
Tableau 15: évolution des curistes en Algérie entre 2013-2024

Années	Assurées Sociaux	conventionnés	Libres	Etrangers	Fréquentation Globale des curistes	Simple bains	Fréquentation thermale globale
2013	105747	99886	235474	1106	442213	2845348	3287561
2014	160164	128937	385438	11578	686117	3201714	3887831
2015	131151	121409	292706	6724	551990	3151312	3703302

2016	102058	78687	220326	9013	410084	3451622	3861706
2017	346933	182571	91193	65807	7362	3041681	3388614
2018	69789	73464	177782	4183	325218	3043635	3368853
2019	25631	30400	94151	1192	151374	879312	1030686
2020	17759	14631	56437	1025	89852	738684	828536
2021	14482	35222	225812	59	275575	1060159	1335734
2022	53425	63162	169076	431	286094	2618371	2904465
2023	46540	58958	168759	934	275191	2968518	3243709
2024	27 819	63 094	174 064	1 138	266 115	2 799 137	3 065 252

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

Graphe 27: évolution des curistes en Algérie entre 2013-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le graphe 28 et le tableau 15 ci-dessus présentent l'évolution de la fréquentation des curistes en Algérie entre 2013 et 2024, mettant en évidence des variations notables dans toutes les catégories. En 2013, la fréquentation globale atteint 442213 curistes, dominée par 235474 curistes libres, suivis de 105747 assurés sociaux et 99886 conventionnés, tandis que les étrangers représentent 1106 visites. En 2019, on observe une chute significative avec 151 374 curistes,

dont 94 151 libres, et seulement 1 192 étrangers, cette diminution est probablement liée au mouvement du Hirak qui a marqué l'année 2019. Cette baisse s'accroît en 2020, année marquée par la pandémie, avec une fréquentation globale de 89 852, incluant 56 437 libres et 1 025 étrangers. Une reprise s'amorce en 2021 avec 275 575 curistes, principalement 225 812 libres, bien que les étrangers tombent à 59. En 2022, la fréquentation grimpe à 286 094 curistes, dominée par 169 076 libres et 431 étrangers. En 2023, elle atteint 275 191 curistes, comprenant 168 759 libres et 934 étrangers. Concernant les activités thermales globales, elles passent de 3287561 curistes en 2013 à un minimum de 828 536 en 2020, avant de reprendre ses cours d'avant covid-19 et remonter à 3 243 709 curistes en 2023, avec une forte contribution des bains simples (2 961 518). Ces chiffres révèlent une reprise progressive du secteur thermal après la crise sanitaire, bien que la fréquentation étrangère reste faible.

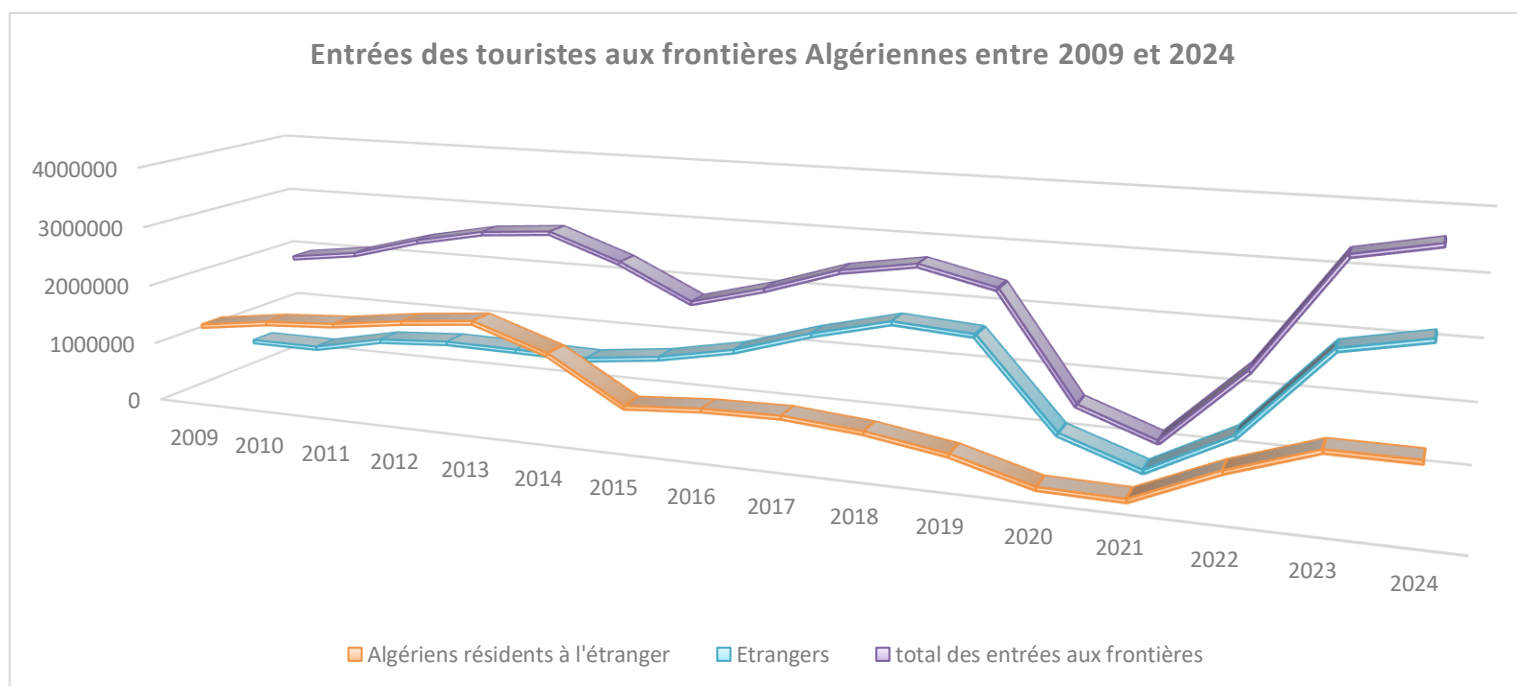
6 Les Flux Touristiques

Tableau 16: Entrées des touristes aux frontières Algériennes entre 2009 et 2024

Année	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Algériens résidents à l'étranger	1255696	1415509	1493245	1652101	1768578	1361248	626873	716732	742410	638360	437278	81295	58243	640668	1096989	1 093 699
Taux de croissance	/	12,73%	5,49%	10,64%	7,05%	-23,03%	-53,95%	14,33%	3,58%	-14,02%	-31,50%	-81,41%	-28,36%	999,99 %	71,23%	-0,30%
Etrangers	655810	654887	901642	981955	964153	940125	1083121	1322712	1708375	2018753	1933778	509736	66995	757380	2195519	2 454 706
Taux de croissance	/	-0,14%	37,68%	8,91%	-1,81%	-2,49%	15,21%	22,12%	29,16%	18,17%	-4,21%	-73,64%	-86,86%	1030,50 %	189,88 %	11,81%
Total général	1911506	2070396	2394887	2634056	2732731	2301373	1709994	2039444	2450785	2657113	2371056	591031	125238	1398048	3292508	3 548 405
Taux de croissance	/	8,31%	15,67%	9,99%	3,75%	-15,78%	-25,70%	19,27%	20,17%	8,42%	-10,77%	-75,07%	-78,81%	1016,31 %	135,51 %	7,77%

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat 2025

Graphe 28: Entrées des touristes aux frontières Algériennes entre 2009 et 2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le graphe 29 et tableau 16 dévoilent l'évolution des entrées touristiques aux frontières algériennes entre l'année 2009 et l'année 2024, en classant deux catégories : les Algériens résidents à l'étranger et les visiteurs étrangers.

Pour les Algériens résidents à l'étranger, un accroissement remarquable est observée entre 2009 et 2013, marquée par un pic de croissance en 2012 (+10,64 %). Cependant, cette tendance s'inverse brusquement avec des baisses importantes en 2014 (-23,03 %) et surtout en 2015 (-53,95 %), éventuellement en raison de facteurs socio-économiques ou politiques. Une légère reprise a lieu en 2016 (+14,33 %), mais les entrées continuent de diminuer jusqu'en 2020, année marquée par une chute spectaculaire (-81,41 %) principalement à cause des restrictions de la pandémie de COVID-19. À partir de 2022, une

reprise massive est enregistrée, avec une augmentation impressionnante des entrées : +999,99 % en 2022 et +71,23 % en 2023, traduisant un retour significatif des expatriés algériens.

Examinant les entrées des étrangers, la période 2010-2018 est marquée par une croissance constante, avec des pics en 2011 (+37,68 %) et 2017 (+29,16 %). Après une légère baisse en 2019 (-4,21 %), les entrées chutent drastiquement en 2020 (-73,64 %), également en raison de la pandémie. Toutefois, la reprise est spectaculaire à partir de 2022, avec une augmentation de +1030,50 %, suivie d'une nouvelle hausse de +189,88 % en 2023, illustrant le retour en force des visiteurs étrangers et ce également grâce à la politique de l'état et des facilité d'obtention du visa aux frontières particulièrement pour le tourisme saharien.

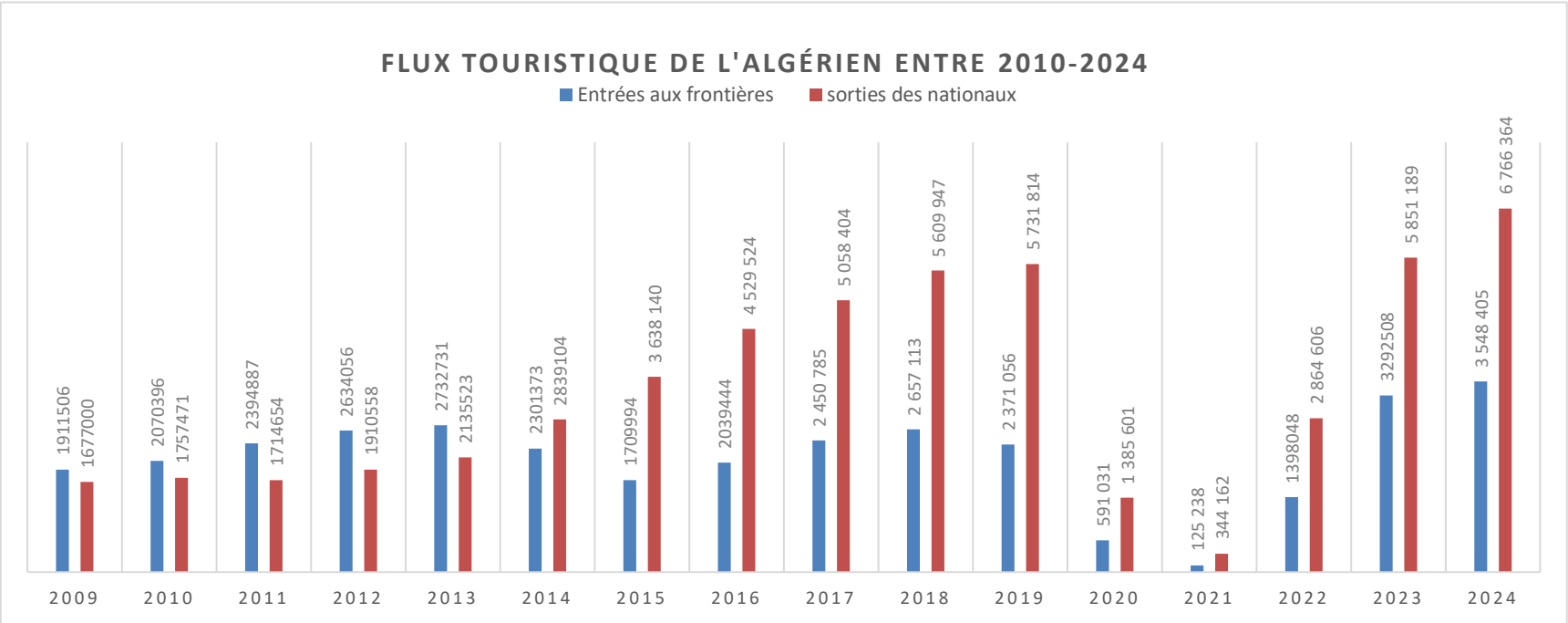
Au total, les entrées globales suivent une évolution similaire, avec des périodes de forte croissance, des chutes significatives (notamment en 2015 et 2020) et une reprise marquée après la pandémie. La croissance en 2022 (+1016,31 %) et 2023 (+135,51 %) reflète une reprise générale des voyages.

Tableau 17: Flux touristique de l'Algérien entre 2009-2024

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Entrées aux frontières	1911506	2070396	2394887	2634056	2732731	2301373	1709994	2039444	2 450 785	2 657 113	2 371 056	591 031	125 238	1398048	3292508	3548405
Sorties des nationaux aux frontières	1677000	1757471	1714654	1910558	2135523	2839104	3 638 140	4 529 524	5 058 404	5 609 947	5 731 814	1 385 601	344 162	2 864 606	5 851 189	6766364
Taux de croissance	9%	4,79%	-2,43%	11,43%	11,77%	32,95%	28,14%	24,50%	11,68%	10,90%	2,17%	-75,83%	-75,16%	732,34%	104,26%	15,64%

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat 2025

Graphe 29: Evolution des Flux touristique de l'Algérien entre 2010-2024



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le tableau 17 et le graphe 30 illustrent l'évolution des flux touristiques en Algérie entre 2009 et 2024. Les sorties des nationaux aux frontières, démarrent à 1,677,000 en 2009 et culminent à 5,851,189 en 2023, présentent une croissance plus appuyée. L'écart entre le nombre d'entrées et de sorties continue de s'élargir avec les années, en particulier en 2023, où les sorties ont dépassé les entrées de 2 558 681. Ces données révèlent que, malgré une reprise post-COVID en 2023, l'Algérie demeure moins attractive pour les visiteurs étrangers, tandis que les Algériens voyagent de plus en plus à l'étranger.

Cela met en lumière des interrogations sur les efforts de promotion touristique, le rapport qualité prix des infrastructures, ainsi que le pouvoir d'achat des algériens, en plus des politiques mises en place pour attirer davantage de visiteurs étrangers en Algérie.

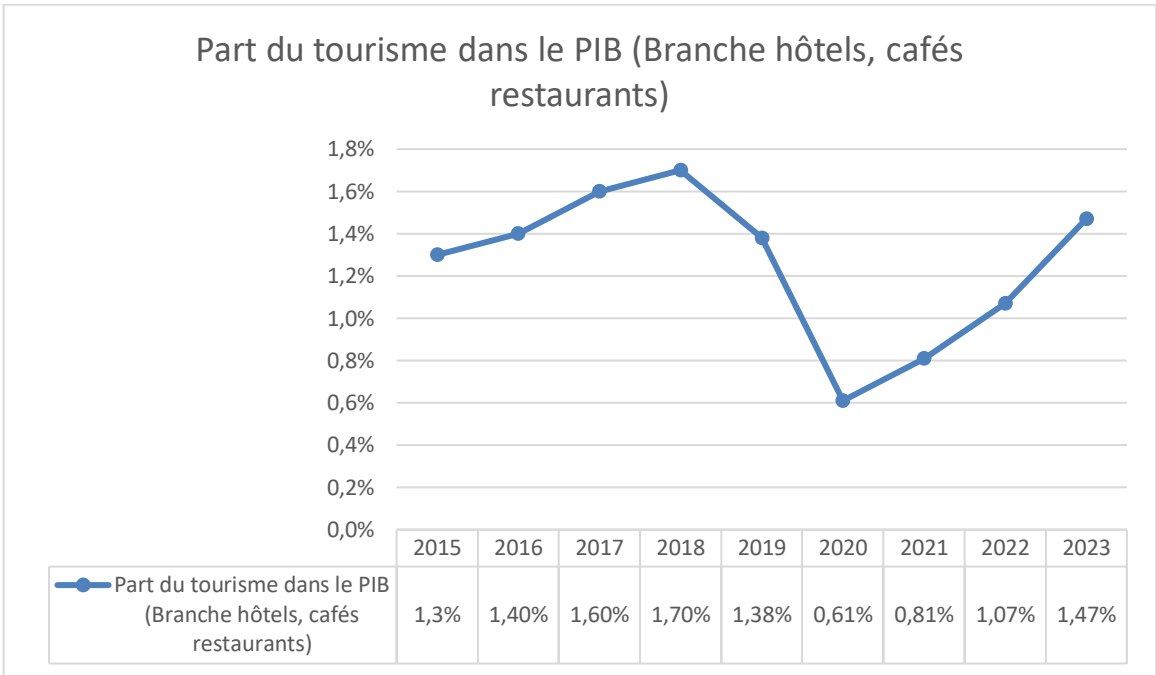
7 La part du tourisme dans le PIB

Tableau 18 : évolution de la part du tourisme branche hôtels, cafés et restaurants dans le PIB national entre 2015-2023

année	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Part du tourisme dans le PIB(branche hôtels, cafés restaurants)	1, 3	1,4	1,6	1,7	1,38	0,61	0,81	1,07	1,47

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat 2025

Graphe 30: évolution de la part du tourisme dans le PIB (Branche hôtels, cafés restaurants) 2015-2023



Source : établi par nos soins à partir des données du tableau précédent

Le tableau et le graphe ci-dessus illustrent l’évolution de la part du tourisme dans le PIB national, particulièrement pour les hôtels, cafés et restaurants, et ce entre l’année 2015 et 2022. De 2015 à 2018, cette contribution a augmenté modestement, atteignant un pic de 1,7 % en 2018. Cependant, en 2019, une baisse à 1,38 % a été observée, suivie d’un effondrement à 0,61 % en 2020, renvoyant ainsi l’impact dévastateur de la pandémie du Covid-19 sur le secteur. Les années suivantes, 2021 et 2022, ont marqué une reprise progressive, avec des valeurs respectives de 0,81 % et 1,07 %, indiquant une lente amélioration. Bien que le secteur montre des signes de résilience, il reste en deçà des niveaux d’avant la crise, soulignant la nécessité de stratégies de relance pour soutenir cette reprise.

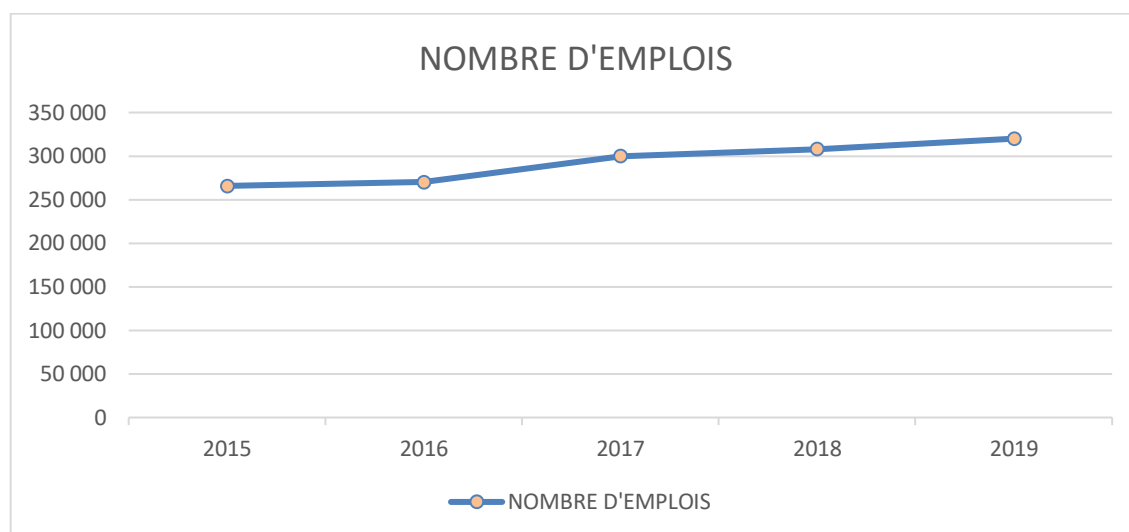
8 L’emploi dans le secteur du tourisme (branche hôtels, cafés, restaurants)

Tableau 19: . Évolution de l’emploi dans le secteur du tourisme (branche hôtels, cafés, restaurants) entre 2015-2019

Années	2015	2016	2017	2018	2019
Nombre d’emplois	265 803	270 317	300 000	308 027	320 000

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat 2025

Graphe 31: Évolution de l'emploi dans le secteur du tourisme (branche hôtels, cafés, restaurants) entre 2015-2019



Source : réalisé par nos soins en se basant sur les données du tableau précédent

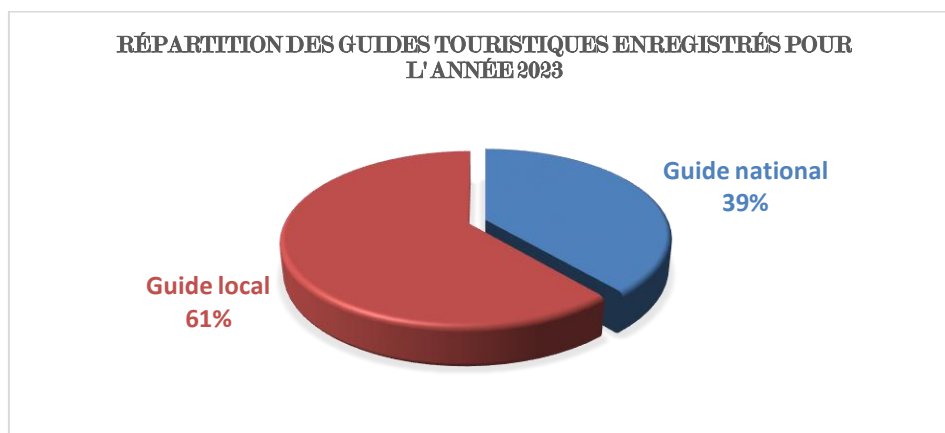
Le tableau 19 et le graphe 32 présentent l'évolution de l'emploi dans le secteur du tourisme, spécifiquement dans la branche des hôtels, cafés et restaurants (HCR), entre 2015 et 2019. En 2015, le nombre d'emplois s'élevait à 265 803, puis a progressivement augmenté pour atteindre 270 317 en 2016, 300 000 en 2017, 308 027 en 2018, et enfin 320 000 en 2019. Cette croissance constante, avec une augmentation de près de 55 000 emplois sur cinq ans, reflète une expansion significative du secteur HCR en Algérie, due à l'ouverture de nouveaux établissements hôteliers et une demande accrue en services touristiques et de restauration. Cette tendance positive souligne l'importance croissante du secteur du tourisme dans l'économie algérienne et son rôle dans la création d'emplois mais cela reste toujours loin des objectifs soulignés dans le SDAT 2030 qui visait les 400 000 emplois entre la période 2008-2015.

9 Les guides touristiques

Tableau 20: Nombre de guides touristiques enregistrés pour l'année 2023

Année	Guide national	Guide régional	Total
2023	80	127	207

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

Graph 32: Répartition des guides touristiques enregistrés pour l'année 2023

Source : réalisé par nos soins en se basant sur les données du tableau précédent

Le ministère a enregistré plus de 207 guides touristique durant l'année 2023, parmi ces guides seulement 39% sont des guides nationaux et 61% des guides locaux.

10 La formation touristique

Tableau 21: Répartition des effectifs des établissements de formation touristique sous tutelle pour 2023

	Ecole nationale supérieure du tourisme					L'institut national de l'hôtellerie et du tourisme					L'institut national de l'hôtellerie et du tourisme				
Statistiques sur les inscriptions par établissement de formation	Algérie					Tizi-Ouzou					Boussaâda				
	Licence			Master		Technicien			TS		Technicien			TS	
	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année
Total selon les année	72	61	58	43	41	15	27	40	112	72	100	27	80	63	78
Total selon les année	191			84		42		224			127			221	
Total général	275					266					348				

	Annexe Tlemcen					Annexe Ouargla				
Statistiques sur les inscriptions par établissement de formation	Algérie					Tizi-Ouzou				
	Licence			Master		Technicien			TS	
	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année

Total selon les année	14	04	15	29	15	00	08	20	00	11
Total selon les année	18			59		8		31		
Total général	77					39				

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

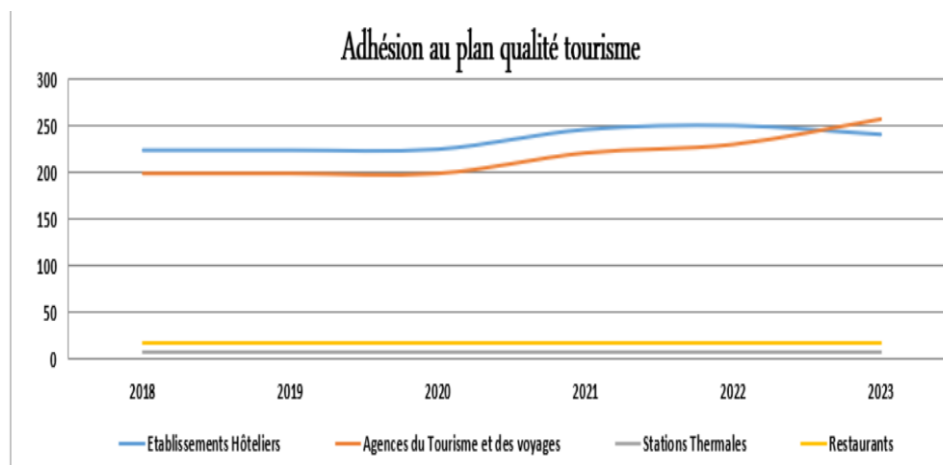
11 L'adhésion dans le plan qualité tourisme :

Tableau 22: Nombre d'adhérents dans le plan qualité tourisme entre 2018-2023

2018	2019	2020	2021	2022	2023
Entreprise Touristiques en exploitation	Entreprise Touristiques en exploitation	Entreprise Touristiques en exploitation	Entreprise Touristiques en exploitation	Entreprise Touristiques en exploitation	Entreprise Touristiques en exploitation
-Etablissements Hôteliers : 225 - Agences du Tourisme et des voyages : 200 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18	-Etablissements Hôteliers : 225 - Agences du Tourisme et des voyages : 200 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18	-Etablissements Hôteliers : 226 - Agences du Tourisme et des voyages : 200 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18	-Etablissements Hôteliers : 246 - Agences du Tourisme et des voyages : 222 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18	-Etablissements Hôteliers : 250 - Agences du Tourisme et des voyages : 231 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18	-Etablissements Hôteliers : 241 - Agences du Tourisme et des voyages : 258 - Stations Thermales : 07 - Restaurants : 18

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

Graphe 33: Nombre d'adhérents au plan qualité jusqu'à 2023



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat

Le nombre total d'adhérents au plan qualité tourisme est de 524 établissements, ce qui reste peu suffisant par rapport au nombre total d'investissement dans le secteur.

Analyse et discussion des résultats du chapitre

- Analyse des perspectives d'investissement en Algérie :

La loi n° 22-18 est sans conteste un cadre juridique des plus prometteurs pour stimuler l'investissement. Son succès, nous en sommes convaincus, sera assuré à condition qu'elle soit appliquée avec rigueur et que nous l'adaptions continuellement aux défis pratiques rencontrés par les investisseurs notamment dans le secteur du tourisme. Une évaluation régulière de son impact et des ajustements ciblés seront essentiels pour maximiser son potentiel et renforcer la confiance des acteurs économiques.

- L'examen des indicateurs clés de la gouvernance de l'Algérie :

Une analyse approfondie des indicateurs internationaux a révélé les principaux défis auxquels la gouvernance touristique algérienne est confrontée. À titre d'illustration, l'Algérie a récemment intégré le Travel & Tourism Development Index (TTDI), se classant à la 98e position sur 119 pays, ce qui la positionne en dernière place dans la région MENA. Cet indice, qui évalue la performance du secteur touristique de chaque pays selon des critères spécifiques, permet une analyse approfondie de la situation. Par ailleurs, bien qu'une amélioration notable ait été observée dans l'indice de l'état de droit en 2023, où le pays a gagné sept places pour se classer 84e sur 142, des efforts considérables restent nécessaires pour améliorer l'attractivité et la compétitivité du secteur, comme l'indique le score de 36/100 obtenu dans l'indice de perception de la corruption (IPC). Dans le cadre de la e-gouvernance, l'Algérie se classe 116e sur 193 pays, avec un score de 0,5956, soulignant les défis associés à la transformation numérique des services publics. Cette démarche est fondamentale pour moderniser la gestion et les infrastructures touristiques.

- Diagnostique des instruments de planification touristique :

Dans le cadre de la planification touristique en Algérie, deux outils majeurs ont été identifiés : le Schéma directeur d'aménagement touristique Horizon 2030 et les Schémas directeurs d'aménagement touristique des wilayas. Toutefois, leur mise en œuvre rencontre des obstacles qui limitent leur efficacité. Le Schéma directeur Horizon 2030 présente notamment trois lacunes majeures. En premier lieu, la promotion et le marketing de la destination Algérie, aussi bien sur le plan national qu'international, s'avèrent insuffisants, ce qui affecte la visibilité et

l'attractivité du pays. En deuxième lieu, le nombre d'équipements touristiques et de structures d'hébergement est inadéquat, ce qui freine le développement d'une offre compétitive. En outre, l'intégration des technologies numériques, pourtant essentielles pour moderniser le secteur et répondre aux attentes des touristes contemporains, se caractérise par un retard notable. Par ailleurs, plusieurs défis persistent en ce qui concerne les Schémas directeurs des wilayas. L'élaboration des 47 schémas directeurs a requis plus de dix années, révélant des lourdeurs administratives et un manque d'efficacité dans la planification. Par ailleurs, la mise en œuvre des feuilles de route associées à ces schémas présente des retards substantiels, menaçant les échéances prévues pour la réalisation des projets. En outre, l'absence d'un suivi systématique et d'une documentation régulière des opérations programmées constitue un obstacle à une évaluation précise des progrès accomplis et limite la capacité à corriger d'éventuels dysfonctionnements. Nous concluons que, bien que ces outils de planification représentent un cadre stratégique essentiel pour le développement touristique de l'Algérie, leur efficacité se trouve entravée par des lacunes opérationnelles et structurelles. Il s'avère donc nécessaire de procéder à une réforme en profondeur des mécanismes de mise en œuvre, de renforcer les capacités institutionnelles et d'assurer une intégration plus poussée des technologies.

- Analyse du Bilan de l'évolution de l'investissement touristique en Algérie durant la période 2012-2014 :

L'analyse de l'évolution des investissements touristiques entre 2012 et 2024 a révélé des progrès notables, notamment en termes de développement des infrastructures hôtelières et thermales, ainsi que dans l'aménagement des Zones d'Expansion Touristique (ZET). Cependant, ces progrès, bien que notables, s'avèrent insuffisants par rapport aux attentes et ne permettent pas de combler le retard accumulé au fil des années. Cette situation trouve son explication dans plusieurs facteurs, notamment l'absence de coordination efficace entre les acteurs publics et privés, ainsi que des difficultés structurelles et organisationnelles persistantes. Mais aussi le manque d'enveloppe financière dédiée à ce titre. Ces obstacles limitent la capacité du secteur à exploiter pleinement le potentiel touristique de l'Algérie, pourtant riche en ressources naturelles, culturelles et historiques. Concernant la contribution économique du secteur touristique, les résultats montrent que celle-ci reste très modeste en comparaison avec les potentialités existantes. La contribution du tourisme au produit intérieur brut national, ainsi que son impact sur la création d'emplois dans le secteur des hôtels, cafés et restaurants (HCR), ne correspondent pas à l'importance stratégique de ce

secteur pour l'économie du pays. Ces résultats sont nettement inférieurs aux objectifs ambitieux énoncés dans le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) Horizon 2030, qui visait à faire du tourisme un pilier majeur de l'économie nationale. Cette situation soulève des interrogations quant à l'efficacité des politiques publiques et des mécanismes de gouvernance mis en œuvre. L'absence de collaboration entre les acteurs du secteur, qu'ils soient publics ou privés, ainsi que les insuffisances en matière de planification et de gestion, ont contribué à la non-réalisation des objectifs fixés. Par ailleurs, les retards dans la mise en œuvre des projets, les lacunes en matière de promotion touristique et le manque de diversification de l'offre ont contribué à limiter l'attractivité de la destination Algérie.

Conclusion :

A travers ce chapitre nous avons pu avoir une vue d'ensemble approfondie sur la gouvernance et les investissements touristiques en Algérie, en mettant en lumière les différentes facettes de ce secteur clé. Dans un premier temps, il a permis de clarifier les concepts fondamentaux, de préciser les définitions et de détailler les différentes catégories d'investissements touristiques. En particulier, mettre l'accent sur les initiatives placées sous la supervision directe du ministère chargé du Tourisme, telles que le développement des infrastructures hôtelières, la mise en valeur des zones d'expansion touristiques (ZET), la promotion des activités thermales et l'organisation du secteur des guides touristiques ainsi que les agences de tourisme et des voyages. Ces éléments montrent l'engagement de l'État à structurer et à renforcer ce domaine stratégique.

Dans un second temps, nous nous sommes intéressés aux perspectives d'investissement en explorant leur cadre juridique. Notamment en soulignant les piliers fondamentaux de la loi n° 22-18 relative à l'investissement, qui établit des principes tels que la transparence, la liberté d'entreprendre, la numérisation des démarches administratives et l'égalité entre investisseurs. Ces principes s'accompagnent de garanties destinées à améliorer l'attractivité du cadre légal, comme la stabilité législative et les mesures pour lutter contre les obstacles bureaucratiques. Ensemble, ces efforts visent à créer un environnement attractif, propice et compétitif pour les acteurs économiques, locaux comme étrangers.

L'examen des indicateurs internationaux a permis d'identifier les défis majeurs auxquels la gouvernance touristique algérienne doit faire face.

Enfin, l'étude de l'évolution des investissements touristiques sur la période 2010-2024 a permis de mesurer les avancées réalisées tout en identifiant les faiblesses structurelles qui subsistent. Malgré des initiatives prometteuses et des progrès significatifs, les performances globales indiquent qu'un effort collectif et coordonné reste indispensable. Cela permettra de transformer la gouvernance et les investissements touristiques en moteurs stratégiques du développement économique en Algérie.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Conclusion générale

« Le tourisme rapproche les cultures et favorise la compréhension entre les peuples. » OMT

Le voyage reste pour l'être humain la meilleure thérapie pour guérir son ego et apprendre à renouer avec soi.

Cette recherche avait pour but d'étudier le rôle que joue la gouvernance dans l'attractivité des investissements touristique en Algérie. Pour cela nous avons d'abord tenter de comprendre les concepts clés du tourisme en analysant les différentes définitions liées à ce phénomène socio-économique. La notion de touristicité comme élément déterminant et l'attractivité d'une destination touristique. Cette attractivité repose sur des caractéristiques uniques, qu'elles soient tangibles ou intangibles, universelles ou spécifiques, et joue un rôle essentiel dans la satisfaction des visiteurs. À l'échelle mondiale, le tourisme se positionne comme un levier incontournable de développement économique, favorisant la création d'emplois, les échanges culturels et l'attractivité des territoires. Toutefois, nous avons déduis que le secteur du tourisme reste un secteur très sensible qui peut être affecter par différents fléaux (crises politiques, guerres...) comme c'était le cas durant la crise sanitaire (covid-19), qui a touché le monde entier. Il est également confronté à des défis majeurs liés à la durabilité environnementale, à la gestion des flux touristiques et à la compétitivité dans un environnement international de plus en plus exigeant. Ces enjeux nécessitent des politiques adaptées, équilibrées et axées sur le long terme pour garantir une croissance harmonieuse et durable.

Nous avons par la suite, mis le point sur la différence entre la gouvernance privée liée aux entreprise et la gouvernance publique. Sur le plan de la gouvernance touristique, cette étude a approfondi nos connaissances sur le rôle des approches stratégiques et des moyens et dispositifs adoptés à l'international en se basant sur l'exemple de la France et des Emirats arabes unis.

Dans le contexte Algérien, le gouvernement, pour sa part, a mis en œuvre des initiatives importantes pour structurer le secteur, notamment à travers le développement et la mise en place d'institutions et d'infrastructures étatique dans le cadre touristique pour assurer une meilleure gestion du secteur.

Il a aussi instauré une législation et des lois adéquate pour mieux structurer, cadrer et définir chaque investissement lié au secteur.

La mise en place de plateforme numérique afin de rapprocher le citoyen et l'investisseur de l'administration et un pas non négligeable dans la numérisation du secteur publique. Cela pourra établir un climat transparent entre le gouvernement et l'investisseur.

La valorisation des zones d'expansion touristique (ZET), la promotion des activités thermales et la modernisation des agences de voyage et des guides touristiques sont autant de mesures qui, dans leur ensemble, traduisent une volonté d'améliorer la compétitivité et d'attirer des investissements étrangers. Cependant, malgré ces initiatives, des défis structurels importants subsistent, comme le soulignent les résultats des analyses des indices internationaux.

Résultats de la recherche

À l'issue de cette recherche, nous sommes parvenus aux constatations suivantes :

Dans le contexte du tourisme mondial, la France se distingue par son positionnement attractif. En effet, elle se classe au premier rang des destinations touristiques internationales, accueillant 100 millions de visiteurs en 2023. Cette position de leader s'explique par la richesse de son patrimoine culturel et historique, ainsi que par le développement de ses infrastructures touristiques. Malgré les effets de la crise sanitaire, l'Hexagone a su préserver son statut de première destination touristique mondiale, grâce à des politiques de relance, telles que le plan « Destination France » (1,9 milliard d'euros), visant à renforcer son attractivité et à positionner le pays comme une destination de tourisme durable d'ici 2030.

Les Émirats arabes unis (EAU) ont également connu une croissance significative dans le secteur touristique, passant de 28,15 millions de touristes en 2023 à une contribution de 9 % du PIB en 2022. Leur stratégie repose sur des investissements massifs dans des infrastructures de luxe, l'organisation d'événements internationaux et la diversification de l'offre touristique (tourisme culturel, de luxe et d'affaires). Dans le cadre de leurs objectifs de développement économique, les autorités nationales ont fixé pour ambition d'atteindre une contribution de 30 % du secteur touristique au produit intérieur brut du pays à l'horizon 2030. En comparaison, l'Algérie se classe 98e dans l'indice de

développement du tourisme et des voyages (TTDI) 2024, avec un score de 3,42. En dépit d'un potentiel touristique substantiel, caractérisé par la richesse naturelle, le patrimoine culturel et historique, l'Algérie rencontre des difficultés à attirer un nombre significatif de touristes internationaux. Les infrastructures touristiques sont en retard par rapport à d'autres destinations concurrentes, et la gouvernance du secteur est encore insuffisante pour stimuler une croissance économique significative dans le secteur touristique.

Dans le cadre de la gouvernance et des stratégies de développement touristique, la France se distingue par une approche structurée et méthodique. En effet, le pays a mis en place des plans stratégiques, tels que « Destination France », qui ont pour objectif l'amélioration de la qualité de l'offre touristique et la promotion du tourisme durable. Les interventions gouvernementales durant la période de crise sanitaire, avec un soutien financier s'élevant à 45,5 milliards d'euros, ont contribué au maintien des entreprises et des emplois, malgré les critiques de la Cour des comptes concernant l'absence de transformation structurelle durant cette période. Émirats arabes unis (EAU) : Les Émirats arabes unis ont adopté une approche proactive en matière de gouvernance touristique, caractérisée par des investissements substantiels dans les infrastructures touristiques (hôtels, attractions, événements internationaux). La vision à long terme de l'État émirien est de faire du tourisme un pilier majeur de son économie, avec des objectifs ambitieux (30 % du PIB à l'horizon 2030). La résilience du secteur pendant la pandémie témoigne de l'efficacité de cette gouvernance proactive. En Algérie, la gouvernance du tourisme est moins performante, avec un manque de stratégie claire et d'investissements structurants. En effet, le pays dispose d'un potentiel touristique considérable, caractérisé par la présence de sites historiques, de déserts et de côtes méditerranéennes. Cependant, les infrastructures touristiques restent limitées et la promotion internationale reste restreinte. Pour développer une stratégie touristique plus ambitieuse, l'Algérie pourrait s'inspirer des modèles français et émiratis.

Une analyse approfondie du cadre juridique, et plus particulièrement de la loi n°22-18 relative à l'investissement, a révélé des avancées notables visant à dynamiser le secteur. Cette législation s'articule autour de principes fondamentaux, à savoir la transparence, la stabilité législative, la numérisation des procédures administratives et l'égalité des chances pour les investisseurs, qu'ils soient nationaux ou étrangers. Ces garanties ont pour objectif de réduire les obstacles bureaucratiques, de renforcer la confiance des investisseurs et de promouvoir un environnement économique attractif et compétitif. Ces efforts

s'inscrivent dans une stratégie plus large visant à libérer le potentiel touristique du pays.

L'évaluation de l'impact du SDAT 2030 à travers ses cinq axes principaux révèle une efficacité globale limitée notamment aux niveaux des Zones d'Expansion et de Sites Touristiques (ZEST). Les analyses réalisées à différents niveaux montrent que les objectifs fixés n'ont pas été atteints. Cela se traduit par de faibles taux de réalisation et des retards importants dans l'exécution des projets touristiques. L'écart entre les plans d'action adoptés et les objectifs stratégiques souligne un problème de cohérence dans la politique touristique mise en œuvre, largement lié à un manque de ressources.

Dans le cadre de l'analyse des dynamiques prévues, il est essentiel de reconnaître que plusieurs facteurs influencent l'efficacité globale du dispositif. Parmi ces éléments, on peut citer le manque de visibilité des territoires touristiques, une offre mal définie, l'absence d'une stratégie marketing claire, l'insuffisance de structures entrepreneuriales dédiées au tourisme, l'inexistence de financements concrets, et des problèmes liés à l'attribution du foncier touristique. Ces diverses lacunes ont pour conséquence de réduire l'impact des initiatives entreprises ainsi que la capacité des organismes responsables à mettre en œuvre le SDAT.

Deux exemples permettent d'illustrer ces défis. Premièrement, l'objectif de création de 270 000 lits touristiques fixé par le SDAT 2008-2030 accuse encore un déficit de 130 000 lits. Deuxièmement, la balance commerciale touristique de l'Algérie est de plus en plus déficitaire. En 2019, les pertes s'élevaient à près de 15 milliards de dollars. Cependant, il est important de noter l'absence d'indicateurs clés permettant de mesurer précisément l'atteinte des objectifs du SDAT.

L'étude de l'évolution des investissements touristiques entre 2010 et 2024 a révélé des progrès notables, notamment dans le développement des infrastructures hôtelières et thermales, ainsi que dans l'aménagement des ZET. Cependant, ces avancées restent en deçà des attentes et peinent à rattraper le retard accumulé. L'absence de coordination efficace entre les acteurs publics et privés, ainsi que des difficultés structurelles et organisationnelles, freinent la pleine exploitation du potentiel touristique de l'Algérie.

Dans le contexte économique national, l'apport du secteur du tourisme, tant à l'échelle du produit intérieur brut (PIB) que dans la création d'emplois, demeure relativement modeste en comparaison avec les possibilités effectives. Cette

situation est particulièrement observable dans le domaine des hôtels, cafés et restaurants (HCR).

Le tourisme en Algérie présente un potentiel considérable pour devenir un moteur stratégique du développement économique. Néanmoins, pour transformer ce potentiel en réalité, il est impératif d'adopter une approche intégrée et coordonnée, alliant gouvernance efficace, investissements durables et innovation numérique. En relevant les défis identifiés et en capitalisant sur les atouts existants, le secteur pourrait devenir une véritable force motrice pour l'économie nationale et contribuer à améliorer l'image de marque de l'Algérie sur la scène internationale.

Vérification des hypothèses

À la suite de l'interprétation des résultats de notre recherche, il a été constaté ce qui suit :

Les investissements dans le secteur touristique revêtent une importance cruciale dans la stimulation du développement économique. En effet, ces investissements contribuent à la création d'emplois, à l'amélioration des infrastructures et à ce titre, à l'augmentation des revenus publiques. Néanmoins, Pour l'Algérie, cette contribution reste plutôt très modeste. **L'hypothèse n° 01** selon laquelle les investissements touristiques sont essentiels pour stimuler l'économie algérienne est confirmée par les résultats observés en France et aux EAU.

L'hypothèse n° 02, selon laquelle une gouvernance efficace est essentielle pour assurer un développement durable du secteur touristique et renforcer l'attractivité des investissements, trouve confirmation également dans les exemples de la France et des Émirats arabes unis (EAU). En France, une gouvernance bien structurée, appuyée par des politiques publiques claires et des réformes institutionnelles et une promotion internationale, a favorisé le maintien de la position de leader mondial du tourisme. De même, aux Émirats arabes unis (EAU), une gouvernance touristique proactive et transparente a attiré des flux d'investissements importants, favorisant une croissance remarquable et une dynamique constante d'innovation. Cette hypothèse se vérifie à la lumière des indicateurs de performance tels que le taux d'occupation hôtelière (71 % en 2022) et des recettes touristiques qui ont dépassé les niveaux atteints en 2014. En revanche, en Algérie, le manque de gouvernance et de stratégie touristique claire

limite le développement du secteur, malgré son potentiel touristique considérable. Ainsi, ces comparaisons confirment que la qualité de la gouvernance est un facteur déterminant pour le développement durable du tourisme et l'attractivité des investissements dans ce secteur clé.

Recommandations :

- Afin d'optimiser l'application de la loi n° 22-18, il est essentiel d'assurer une mise en œuvre rigoureuse et adaptée aux besoins des investisseurs, notamment dans le secteur touristique. Pour ce faire, il sera nécessaire de mettre en place un mécanisme d'évaluation régulier afin d'identifier les obstacles pratiques et de proposer des ajustements ciblés.

- Afin d'optimiser la gestion du tourisme, il est préconisé de créer une autorité dédiée à ce secteur. Cette institution autonome et spécialisée aura pour mission de coordonner les efforts entre les acteurs publics et privés, et de superviser la mise en œuvre des stratégies touristiques.

- Dans le cadre des efforts déployés pour consolider l'État de droit et contrer les pratiques de corruption, il est impératif de poursuivre les initiatives visant à améliorer les indicateurs de gouvernance, et plus particulièrement en ce qui concerne la transparence et la lutte contre la corruption à travers l'installation et la mise en place de dispositif de contrôle indépendants. Ces mesures s'inscrivent dans une démarche visant à renforcer la confiance des investisseurs, un aspect crucial pour le développement économique et la stabilité financière.

- Accélérer la transformation numérique des services publics liés au tourisme pour simplifier les procédures administratives et améliorer l'efficacité de la gestion.

- Moderniser les outils de planification touristique et réadapter les stratégies existantes et ce en :

- Révisant le Schéma directeur Horizon 2030 : Combler les lacunes identifiées, notamment en renforçant la promotion touristique, en intégrant les technologies numériques, et en augmentant le nombre d'équipements et.

- Accélérant la mise en œuvre des Schémas directeurs des wilayas : Simplifier les procédures administratives, assurer un suivi régulier des projets et documenter systématiquement les progrès pour garantir une évaluation précise et une correction rapide des dysfonctionnements.

- Il est important de déployer les moyens nécessaires afin de terminer les études des plans d'aménagement touristique des ZET tout en respectant la nature

de chaque région, également dans cette même perspective tenter de proposer des solutions pour la nature juridique des terrains appartenant au domaine forestier ou agricole en adaptant des projets innovants en accord avec le développement durable et écologique du tourisme (structure légère, attractions écologiques, structures sportives en plein air...), Cette démarche permettra de mettre à disposition des investisseurs un foncier touristique conséquent, contribuant ainsi à la dynamique du développement local et national et à la diversification de l'offre touristique.

- Dans le cadre de la politique de développement économique, il est essentiel de stimuler les investissements dans le secteur touristique. Cette démarche implique la mobilisation d'enveloppes financières dédiées, allouant des budgets spécifiques pour le développement des infrastructures touristiques et la promotion de la destination Algérie. En outre, il est crucial d'encourager les partenariats public-privé (PPP), favorisant les collaborations entre le secteur public et les investisseurs privés pour le financement et la gestion de projets touristiques ambitieux.

- Dans le cadre du développement touristique, il est essentiel de considérer l'amélioration des infrastructures et la diversification de l'offre touristique. Cette démarche implique notamment la modernisation des infrastructures de transport, afin d'accroître l'accès aux sites touristiques. Cela peut se traduire par la rénovation des aéroports, des routes et des ports et des lignes de chemin de fer. En outre, il est crucial de diversifier l'offre touristique pour exploiter pleinement le potentiel naturel, culturel et historique de l'Algérie. Cela implique la mise en valeur des atouts identitaires et le développement de nouveaux produits touristiques, tels que le tourisme médical (ex : le thermalisme), le tourisme d'affaires ou sportif (ex : sports mécaniques, skie sur sable...)

- Dans le but de renforcer la promotion touristique de l'Algérie sur la scène internationale, il est essentiel de mettre en œuvre des stratégies de marketing ciblées. Ces initiatives doivent viser à positionner l'Algérie comme une destination de choix, en mettant en avant son attractivité et en renforçant sa présence sur les réseaux sociaux et les plateformes numériques. En outre, l'organisation d'événements internationaux d'envergure, tels que des conférences, des festivals et des compétitions sportives de renommée mondiale, s'avère être un moyen efficace pour attirer l'attention du monde entier et ainsi accroître la visibilité de l'Algérie sur la scène internationale.

- Impliquer les communautés locales en assurant la participation des populations locales dans la conception et la gestion des projets touristiques pour

garantir leur durabilité et ce à travers des plateformes numériques ou des sondages électroniques.

- Dans le cadre de l'amélioration de la sécurité et de l'accueil des touristes, il est essentiel de mettre en œuvre des mesures visant à renforcer la sécurité dans les zones touristiques. Ces mesures ont pour objectif de rassurer les visiteurs et de garantir leur sécurité. En outre, il est crucial d'améliorer l'accueil et le service client. À cet égard, la formation des professionnels du secteur s'avère nécessaire pour leur permettre d'offrir un service de qualité et de répondre aux attentes des touristes.

Perceptives et prolongement éventuel de cette recherche

A la lumière de cette thèse et en guise de perspective, notre recherche pourrait être reprise dans le temps afin de vérifier l'impact des stratégies et dispositifs juridiques récemment mis en place par l'état notamment les lois concernant l'investissement sur l'attractivité et la durabilité de ces derniers, que ce soit dans le secteur du tourisme ou dans d'autres secteurs. Ou tout simplement adapter le sujet sur d'autres contexte.

A travers cette étude nous avons pu mettre la lumière sur l'état de la gouvernance touristique globale de Algérie à travers l'exposition des stratégies nationales portés par le gouvernement algérien et à travers le SDAT, d'autres recherches pourront se baser sur les stratégies locales des wilayas ou sur une spécificité d'une région en précisant un type de tourisme (Tourisme balnéaire, tourisme climatique, tourisme thermal, tourisme saharien...)

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie

Ouvrages :

1. Anthony Simon, les espaces du tourisme et des loisirs, Malakoff, DUNOD, 2017
2. Anthony Simon, Tourisme fondamentaux et techniques, Dunod, 2019.
3. Assir Yousra, "L'industrie du tourisme entre théorie et application", Dar Al-Multaqa Al-Masry, Créativité et Développement, Égypte, 2003
4. Badou Isabelle; Callot Philipe, Les dilemmes du tourisme, Vuibert, Paris.2007
5. Beitone Alain, Dictionnaire des sciences économiques, 2ème édition, Armand Colin, Paris, 2007.
6. Buhalis D, Cooper C, Competition or co-operation: The needs of small and medium sized tourism enterprises at a destination level.chapter in the book edited by: Bill Faulkner, Eric Laws, Gianna Mascado, Embracing and managing change in tourism. Routledge, London, first edition, 1998.
7. Caccomo Jean-Louis, Velas François, Levra Nadine, Fondements d'économie du tourisme : Acteurs, marches, stratégies 1ère édition, les éditions de BOECK université, FRANCE,2007
8. Charreaux G., « Vers une nouvelle théorie du gouvernement des entreprises ». In « Le gouvernement des entreprises ; corporate governance : théories et faits ». Edition Economica, 1997
9. Chen Lv, Xiaoyan Li, Reconstruction: Key to Social Responsibility Risk Assessment for Tourism Investment Projects, Journal of Risk Analysis and Crisis Response, Vol. 11, Iss: 1, 05 Feb 2021 ,pp 1-9
10. Cooper C, Fletcher J, Gilbert D, Wanhill S, Tourism principles and practice. Longman Scientific et Technical, Harlow, sixth edition,1993
11. Dumahel Philippe, « Chapitre 1. Touristes et tourisme : les spécificités d'un voyage et d'un voyageur dans un monde de mobilité », dans : Géographie du tourisme et des loisirs. Dynamiques, acteurs, territoires, sous la direction de DUHAMEL Philippe. Paris, Armand Colin, « Collection U », 2018.
12. Gunn Clare A, Tourism Planning, Washington, Taylor & Francis, 1988.
13. Guy Hermet, Dictionnaire de la science politique et des institutions politiques, 3ème édition, Armand Colin, Paris, 1998
14. Kalfon Pierre: tourisme et innovation. Édition l'harmattan, Paris, 2009
15. Keynes John Maynard, Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie 1936, Traduit de l'Anglais par Jean- de Largentaye (1942), Payot, Paris, 1942
16. Madouche Hachemi, Le tourisme en Algérie jeu et enjeux Edition HOUMA, Alger 2003
17. McIntoch Robert W, Goeldner Charles R , Ritchie J.R Brent; Tourism, Principles, Practices, Philosophies, New York: John Wiley & Sons, 7th ed. 1995
18. Mathieson, A. & Wall, G. Tourism Economic Physical and Social Impacts. Harlow, UK: Longman,1982.
19. Ministère du tourisme et de l'artisanat, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique et du Tourisme "SDAT 2030", Livre 1 Le diagnostic : audit du tourisme algérien, janvier 2008.
20. Ministère du tourisme et de l'artisanat, SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE "SDAT 2025", Livre 2 Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires, janvier 2008
21. Moreau Defarges Philippe. La gouvernance, collection « Que sais-je? » Presses universitaires de France, Paris , 2003

Bibliographie

22. Qandil Amani, La Fondation arabe pour la société civile, Série des sciences sociales, l'Organisation générale du livre arabe, Le Caire, 2008
23. Ritchie J-R-B, Crouch G-I, The competitive destination: A sustainable tourism perspective. CABI Publishing, Oxon, UK. 2003
24. Smouts Marie-Claude, Battistella Dario, Vennesson Pascal. Dictionnaire des relations internationales : Approches concepts doctrines, Paris: Dictionnaire Dalloz, 2ème édition, janvier 2006,
25. Terfaya Nassima: « Apport de la culture marketing dans le développement touristique ». Edition Houma Alger 2008.

Articles :

1. Adel, F. Z., & Guendouz, A.. LA GOUVERNANCE DES POLITIQUES PUBLIQUES EN FAVEUR DE L'ARTISANAT EN ALGÉRIE, ESSAI D'ANALYSE SUR LA LONGUE PÉRIODE. L'Harmattan. « Marché et organisations » , 03 (24) ,2015, pp. 103-125
2. Alexandre, H., Cusin, F. et Juillard, C , L'attractivité résidentielle des agglomérations françaises. Enjeux, mesure et facteurs explicatifs, Fondation Dauphine. Dauphine Université de Paris. Crédit Foncier. Paris, 2010
3. Attia, R. M., El Kasrawy, S., & Hamid, N. A. Exploring the Role of Egyptian Tourism Related Third Sector Organizations (TSOs) in Sustainable Tourism Development. The Scientific Journal of the Faculty of Tourism and Hotels, Alexandria University, Vol. 17, Issue 2 (2020),
4. Al-Akhdar Ezzi, Ghalem Jalti: La bonne gouvernance et la privatisation des institution, Une référence à la réalité de l'économie nationale et de l'institution algérienne, Journal des Sciences Humaines, N° 27,2006
5. Baouali Ratiba, Hadjiedj Ali, Baziz Amel,Le tourisme en Algérie entre attractivité territorial et compétitivité des destinations ? La Revue de l'Économie Alternative, Volume 5, Numéro 2, 2020, Pages 244-264
6. Benckendorff P, Pearce P Australian tourism attractions: The links between organizational characteristics and planning. Journal of Travel Research, vol 42n°1, 2003, pp: 24-35.
7. BONN M-A, JOSEPH-MATHEWS S-M, DAI M, HAYES S, CAVE J , Heritage/cultural attraction atmospherics : Creating the right environment for the heritage/cultural visitor. Journal of Travel Research, vol 45n° 3, 2007, pp:345-354.
8. Clastres Geneviève, Sixième édition des « Têtes chercheuses d'Occitanie » : La gouvernance du tourisme pour un tourisme en transition, Publié le 20 septembre 2021. consulté le 8 février 2024,
9. Cunha Licínio, The Definition and Scope of Tourism: a Necessary Inquiry, [Cogitur: Journal of Tourism Studies](#), Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias , Portugal,2012.
10. Dupont Louis, Analyse empirique de la relation entre tourisme et compétitivité : l'exemple des Antilles françaises, Études caribéennes, n°23, Décembre 2012.
11. Eldah Abdelmalek, "Le régime juridique des agences de tourisme et du guide touristique en Algérie", Revue Maâlam pour les études juridiques et politiques, volume 4, numéro 01, 2020, pages 426-427
12. El Kaoune Rajae, La communication digitale comme outil du développement de la touristicité dans le choix des destinations touristiques, Revue Française d'Economie et de Gestion, Volume 1 : Numéro 6, 2020,pp : 133-150
13. Gagnon Serge, Attractivité touristique et « sens » géo-anthropologique des territoires, Trésors, volume 26, N° 02,été 2007

Bibliographie

14. Gagnon Serge, L'attractivité touristique des territoires, Trésors, volume 26, N° 02, été 2007
15. Guerchouch Mouloud, Si Mohammed Djamel, La gouvernance publique : une réponse à l'amélioration de l'efficacité et de l'efficience de l'action publique en Algérie dans un contexte de restriction budgétaires. REVUE DES SCIENCES COMMERCIALES, Vol.18 , N°02, Décembre 2019.
16. Hazebroucq Jean-Marie, « Destinations innovantes et développement du tourisme », Marché et organisations, vol 1, n° 3, 2007, p. 117-153,
17. Hmioui Aziz, Haoudi Amina, Le rôle de la gastronomie et de l'artisanat dans l'attractivité touristique de la ville de Fès : étude à partir des perceptions des touristes étrangers, revue Management & Avenir, 3 (N° 85), 2016
18. HOU J-S, LIN C-H, MORAIS D-B, Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and Non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. Journal of Travel Research, vol 44 n°2, 2005 , pp: 221-233.
19. HU Y, RITCHIE B-J-R, Measuring destination attractiveness: Contextual approach. Journal of Travel Research, vol 32n°2, 1993, pp : 25-34
20. Joliet Fabienne, Martin Thibault, « Les représentations du paysage et l'attractivité touristique, Le cas Tremblant dans les Laurentides », Téoros, Volume 26, numéro 2, été 2007
21. Kaufman Daniel, Legal corruption, Economics & politics, Vol 23, 2003
22. Khatout Ramdane, Establishing Principles of Good Governance to Combat Corruption, El Mesbah Journal in Psychology, Education Sciences, and Orthophony, Volume: 03, Number 01, March 2023, PP: 71-89
23. Lacroix Isabelle, Pier-Olivier St-Arnaud, La gouvernance : tenter une définition, Cahiers de recherche en politique appliquée , Vol. IV, Numéro 3, Automne 2012, PP 19-37
24. Leiper Neil, The Framework of Tourism. Towards a definition of Tourism, Tourist and the Touristic Industry. Annals of Tourism Research, Oct/Dec. 1979
25. Leiper Neil, Tourist Attraction Systems, Annals of tourism Research, Vol. 17, 1990, pp. 367- 384.
26. Lew, Allan A. « A Framework of Tourist Attraction Research », Annals of Tourism Research, no 14, 1987, p. 553-575.
27. Naser Ul Islam , Manjula Chaudhary, Index of Destination Attractiveness: a Quantitative Approach for Measuring Tourism Attractiveness, TURIZAM, Volume 25, Issue 1, 2021, pages 31–44
28. Netto Alexandre Panosso, What is Tourism? Definitions, Theoretical Phases and Principles, Philosophical issues in Tourism, channel view publication, Bristol, U.K Mars 2009.
29. Ould Said Mohammed, Bourouba M'hamedelhadj, Le secteur du tourisme moteur prometteur dans l'économie Algérienne, Revue finance et marchés, Volume 5/ Numéro 10/ 2019.
30. Perret, J. L'écotourisme rattrapé par le marché, lu dans Gagnon, C. et Gagnon, S. L'écotourisme entre l'arbre et l'écorce, Presse de l'Université du Québec, 2006, p. 375-392
31. Pitseys John, « Le concept de gouvernance », Revue interdisciplinaire d'études juridiques, vol. 65, no. 2, 2010, pp. 207-228.
32. Roussel Delphine, « Innovation territorialisée et nouvelles dynamiques touristiques : La valorisation des ressources spécifiques », Marché et organisations, vol 2, n°7, 2008, p. 78-91,
33. Rustambekova Feruza, NATURE, TYPES AND FACTORS AFFECTING INVESTMENTS, International Journal Of Management And Economics Fundamental, VOLUME 03 ISSUE 04, 13 Avril 2023, Pages: 09-18

Bibliographie

34. Slimani Abdelghani, L'arsenal juridique et législatif du secteur touristique en Algérie entre contraintes et avantages. Etude comparative: Algérie - Tunisie. Revue AfakIlmia, vol12 n°05,2020.
35. Smith, V.L. Eadington, W.R. Tourism Alternatives : Potentials and Problems in the development of Tourism, Philadelphia international Academy for the Study of Tourism, University of Pennsylvania Press. 1992.
36. Thanh Tan Vo, Kirova Valentina, Déterminants de l'attractivité d'une destination œnotouristique, Revue d'Économie Régionale & Urbaine, N° 1, janvier 2019, pages 125 à 151.
37. Théodat Jean-Marie, "L'endroit et l'envers du décor : la « touristicité » comparée d'Haïti et de la République Dominicaine" , Revue Tiers Monde, 2004, p. 293-317
38. Tribe John, The indiscipline of tourism, Annals of Tourism Research, elsevier, Volume 24, Issue 3,1997,Pages 638-657.
39. Vodoz Luc, Thevoz Laurent, Faure Prisca, Les horizons de la gouvernance territoriale. Presses Polytechniques et Universitaires Romandes, 2013

Thèses de doctorat :

1. Cessac Marjorie, Les croisiéristes, en pleine forme, attirent un public plus jeune, mais au mépris de l'environnement, journal le monde, 30 août 2023
2. Hadjar Assia, Gouvernance et Performance des PME dans les Pays en Transition, thèse de doctorat, université Abou BekrBelkayed Telemcen, 2016.
3. Lacroix Isabelle. Les pratiques de gouvernance de commissions scolaires du Québec, Thèse (Ph.D), Université de Sherbrooke, 2012.
4. Moussaoui Mbarka: « les services touristiques et hôtelier et son impact sur le comportement du consommateur » cas de quelques hôtels de la wilaya de Mostaganem, Université « Abu bekrBelkaid» Tlemcen, 2012.
5. Ould-Said Mohammed, Le secteur touristique en Algérie réalité et aspiration, étude empirique de la wilaya de Mostaganem, thèse de doctorat, université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, 2020.

Rapports :

1. Alliance 46.2, L'attractivité de l'offre et la performance touristiques des nouvelles région 2014.
2. Comité régional du tourisme, Bilan annuel de l'activité touristique 2022, France, mars 2023.
3. Cooperativa M.A.R.A , Étude comparative sur le Pescatourisme, Fit4blueu : fishing tourism for blue economy, 15/09/2020. https://fit4blue.org/wp-content/uploads/2022/04/FR_FIT4BLUE_03_A3_A6_benchmark_study.pdf
4. La cour des comptes, LE SOUTIEN AU TOURISME DURANT LA CRISE SANITAIRE Un secteur préservé, une transformation à peine engagée, Rapport public thématique, Février 2023
5. Milhan Chaze. L'attractivité territoriale : éléments de définition. [Rapport de recherche] UMR Territoires. 2017.
6. OMT, Recueil de recommandations de l'OMT, 1975–2015
7. OCDE, Tourism Trends and Policies, 30 November 2022.
8. The International Bank World, Development Report 1992 Development and the Environment, Oxford University Press, 1992, <https://documents1.worldbank.org/curated/en/995041468323374213/pdf/105170REPLACEMENT0WDR01992.pdf> consulté le 11/01/2024.
9. ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES, DEFINITION DE REFERENCE DE L'OCDE POUR LES

Bibliographie

- INVESTISSEMENTS DIRECTS INTERNATIONAUX, DIFFUSION RESTREINTE
Paris, réd. : 23 mai 1995. <https://www.oecd.org/fr/daf/inv/politiques-investissement/2090156.pdf>
10. United Nations Conference on International Travel and Tourism, Rome, recommendations on international travel and tourism, 21 August-5 September 1963, United Nations Publication,
11. United Nations Development Programme, Governance for sustainable human development : a UNDP policy document, January 1997, P IV, [file:///C:/Users/DELL/Downloads/DP\(09\)_H9181.pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/DP(09)_H9181.pdf)
12. « World justice project The Global Rule of Law index 2023 » P 63 https://drive.google.com/drive/folders/1OAcL-AlssPGAk_Qeb67nNfBLfibRstls consulté le 20/09/2024.
13. UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>
14. United Nations, Department of Economic and Social Affairs, E-governance survey 2024 Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development With the addendum on Artificial Intelligence, New York, 2024, <https://publicadministration.un.org/en/>
15. UN E-governance knowledgebase, <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/-E-Government-Development-Index>
16. World Economic Forum, Travel And Tourism Development Index Insight Report, May 2024

Colloques :

1. Hmioui A., Alla L., Bentalha B., (2017), « Pilotage de la touristicité territoriale au Maroc : Proposition d'un indice de touristicité pour la destination Fès », Ouvrage collectif publié par la FP Taza, 1re édition du Colloque international Entrepreneuriat, Innovation, Gouvernance et Développement territorial
2. Seradouni Sarah, Hadjar Assia, Le rôle des NTIC dans la performance des organismes publics : "cas du secteur du tourisme", Colloque National sur le thème : Le Management de la Performance dans les Entreprises Algériennes. Réalités et pistes d'amélioration. ESM Tlemcen : 14/ 01/ 2023.
3. Marcelpoil Emmanuelle, Perrin-Bensahel Liliane, Vlès Vincent, Gouvernance des territoires touristiques : l'économie confrontée à l'urgence de la gestion urbaine et sociale. Les dynamiques territoriales : débats et enjeux entre les différentes approches disciplinaires, 43e colloque de l'ASRDLF, Grenoble, France, Jul 2007.

Journaux officiels :

1. Décret exécutif n° 10-257 du 12 Dhou El Kaada 1431 correspondant au 20 octobre 2010 portant création des services extérieurs du ministère du tourisme et de l'artisanat et fixant leurs missions et organisation.
2. Journal officiel N°11 du 01 Mars 1998 relatif au Décret Exécutif N°98-70
3. Décret exécutif n° 23-489 du 15 Joumada Ethania 1445 correspondant au 28 décembre 2023 portant création, organisation et fonctionnement de l'Agence nationale du foncier touristique.
4. Le journal officiel de la République Algérienne N° 77 Section1. Du 30 ramadhan 1422, 15 décembre 2001.
5. La loi n° 90-05 du 19 février 1990 relative aux agences de tourisme et de voyages, Journal Officiel n° 8, publié le 21 février 1990 (abrogée).
6. L'article 3 de la loi n°99-06 du 4 avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'agence de tourisme et de voyage, journal officiel n° 24.

Bibliographie

7. Décret exécutif n° 17-161 du 15 mai 2017, fixant les conditions de création et les modalités d'exploitation des agences de tourisme et de voyages, journal officiel n° 30
8. Décret exécutif n° 92-21 en date du 14 mars 1992, portant organisation de la profession de guide touristique, JO n° 21 publié le 18 mars 1992 (modifié et complété) par le décret exécutif n° 96-341 en date du 12 octobre 1996, JO n° 60
9. Décret exécutif n° 06-224 en date du 21 mai 2006, relatif à la détermination des conditions d'exercice de la profession de guide touristique et de ses modalités, publié dans le JO n° 42
10. Loi n° 99-01 du 19 Ramadhan 1419 correspondant au 6 janvier 1999 fixant les règles relatives à l'hôtellerie.
11. Décret exécutif n° 2000-131 du 8 Rabie El Aouel 1421 correspondant au 11 juin 2000 fixant la composition et le fonctionnement de la commission compétente chargée de l'étude des plans de projets hôteliers
12. Décret exécutif n° 06-325 du 25 Chaâbane 1427 correspondant au 18 septembre 2006 fixant les règles de construction et d'aménagement des établissements hôteliers
13. Décret exécutif n° 19-158 du 24 Chaâbane 1440 correspondant au 30 avril 2019 définissant les établissements hôteliers et fixant les conditions et les modalités de leur exploitation, de leur classement et d'agrément de leur gérant.
14. Décret exécutif n° 07-69 fixant les conditions et les modalités d'octroi de la concession d'utilisation et d'exploitation des eaux thermales. Journal officiel de la République algérienne n° 13, 21 février 2007
15. Loi n° 12-05 du 4 août 2005 relative à l'eau, Journal officiel n° 60 du 4 septembre 2005, modifiée et complétée par la loi n° 03-08 du 23 janvier 2008, Journal officiel n° 14 du 27 janvier 2008, modifiée et complétée par l'ordonnance n° 09-10 du 26 mai 2009, Journal officiel n° 44 du 26 mai 2009.
16. Loi n° 91-11 fixant les règles relatives à l'expropriation pour cause d'utilité publique. Journal officiel de la République algérienne n° 21, 8 mai 1991, p. 577 à 579
17. Loi n° 22-18 du 24 juillet 2022 relative à l'investissement journal officiel n° 50
18. Décret législatif n° 93-12 du 5 octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement JO n° 64. Abrogé
19. Ordonnance n° 01-03 du 20 août 2001 relative au développement de l'investissement JO n° 47. Abrogée
20. article 26 de la modification constitutionnelle de 2020 date du 30 décembre 2020, journal officiel n°82
21. Loi n° 16-09 du 3 août 2016 relative à la promotion de l'investissement, journal officiel n° 46.

Cours de Conférences :

1. Dr Bernecker Paul, Les Fondements du Tourisme, Cours d'Etudes Touristiques. Genève: UIOOT, Union international des Organismes Officiels du Tourisme, 1965
2. Dr Boulemkhali Nabil : Conférence « la politique touristique ». Formation des inspecteurs de tourisme session septembre 2012
3. Dr Melahi Rokaïa Cours conférences du, Marketing touristique, université Abdelhamid Ibn Badis Mostaganem, année 2018-2019.

Autres sources :

Organismes administratifs :

1. Ministère du tourisme et de l'artisanat
2. Direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Mostaganem
3. Agence nationale du développement du tourisme

Webographie :

Bibliographie

1. <https://tourismteacher.com/history-of-tourism-2/>
2. <https://www.unwto.org/fr/glossaire-de-tourisme>
3. <https://www.jeune-independant.net/promotion-tourisme-en-algerie-hamadi-plaide-pour-le-renforcement-des-capacites/>
4. <https://www.unwto.org/fr/investment/tourism-investment-report-2020>
5. <https://www.mta.gov.dz/principaux-agregats-du-tourisme/?lang=fr#el-09bceffa>
6. <http://louisrome.com/gouvernance-touristique-travers-monde-gouvernance-touristique-prise-2>
7. <https://tourismnotes.com/travel-tourism/>
8. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417773>
9. <https://www.geotourweb.com/>
10. <https://fr.statista.com/statistiques/571810/nombre-de-passagers-de-croisiere-par-marche-source-monde/>
11. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/995041468323374213/pdf/105170REPLACEMENT0WDR01992.pdf> .
12. <https://blogs.worldbank.org/fr/opinions/la-gouvernance-dans-un-monde-mouvant>
13. www.so-tourisme.com/2013/06/tourisme-vert-ecotourisme-rural-montagnard/
14. <https://www.unwto.org/fr/le-tourisme-mondial-consolide-sa-croissance-en2019#:~:text=On%20a%20enregistré%201%2C5,le%20taux%20attendu%20pour%202020>
15. <https://www.vie-publique.fr/eclairage/24088-le-surtourisme-quel-impact-sur-les-villes-et-sur-lenvironnement>
16. <https://fr.statista.com/infographie/21543/contribution-du-tourisme-dans-le-pib-des-pays/>
17. <https://dares.travail-emploi.gouv.fr/publication/hebergement-restauration-quelle-evolution-des-effectifs-avec-la-crise>
18. <https://www.moec.gov.ae/en/tourism-indicators>
19. <https://www.aalep.eu/governance-tourism-sector>
20. www.unwto.org/fr/politique-et-gestion-de-la-destination
21. www.voyageons-autrement.com
22. https://www.wto.org/french/tratop_f/tpr_f/s423_sum_f.pdf p01
23. <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/uae-tourism-strategy-2031>
24. <https://u.ae/ar-AE/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/the-uae-strategy-for-domestic-tourism>
25. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0aa9828-fr/1/3/4/3/index.html?itemId=/content/publication/d0aa9828-fr&_csp_=c3a4944c6cd4c571d6015e153d7d4811&itemIGO=oecd&itemContentType=book
26. <https://www.oecd-ilibrary.org/>
27. <https://www.mta.gov.dz>
28. <https://andt-dz.netlify.app>
29. <https://bawabatic.dz>
30. www.voyageons-autrement.com
31. <https://u.ae/ar-ae/about-the-uae/strategies-initiatives-and-awards/strategies-plans-and-visions/tourism/uae-tourism-strategy-2031>
32. https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d0aa9828-fr/1/3/4/3/index.html?itemId=/content/publication/d0aa9828-fr&_csp_=c3a4944c6cd4c571d6015e153d7d4811&itemIGO=oecd&itemContentType=book

Bibliographie

33. <https://www.transparency.org/en/cpi/2023>
34. http://bibliotheque.pssfp.net/livres/THEORIE_GENERALE_DE_LEMPOI_DE_LIN_TERET_ET_DE_LA_MONNAIE.pdf

Résumé

Notre recherche vise à étudier les mécanismes et les stratégies de la gouvernance du secteur touristique en Algérie, en évaluant leur efficacité pour attirer les investissements touristiques et la contribution de ces derniers dans l'économie nationale. Dans ce cadre, une approche descriptive a été utilisée pour explorer les concepts clés, une méthode analytique pour interpréter les données statistiques sur l'impact du tourisme en Algérie, en France et aux EAU, et une méthode comparative afin d'examiner les bonnes pratiques, les succès et les échecs de ces pays en matière de gouvernance touristique. Cette comparaison a permis de mettre en lumière les écarts, les défis et les opportunités pour l'Algérie.

Les résultats ont montré que l'Algérie, malgré son potentiel touristique considérable, et malgré les efforts déployés de l'état, souffre encore d'un manque de gouvernance efficace et d'une stratégie claire, ce qui limite le développement du secteur et son attractivité pour les investissements. Les exemples de la France et des EAU confirment que la qualité de la gouvernance est un facteur déterminant pour un développement durable du tourisme et une augmentation des investissements. Ainsi, cette recherche souligne la nécessité pour l'Algérie de réformer sa gouvernance touristique, en s'inspirant des modèles réussis et de mettre en place des stratégies adaptées pour exploiter pleinement son potentiel et renforcer la contribution de ce secteur clé dans l'économie nationale.

Mots clés : Gouvernance, investissements touristiques, tourisme, attractivité touristique, développement du tourisme, Algérie.

Summary :

Our research aims to study the governance mechanisms and strategies of the tourism sector in Algeria, in order to assess their effectiveness in attracting investment and their contribution to the national economy. Within this framework, a descriptive approach was used for the study of key concepts, an analytical method for the interpretation of statistical data on the impact of tourism in Algeria, France and the United Arab Emirates (UAE), and a comparative method for the study of good practices, successes and failures in these countries. This comparison highlighted gaps, challenges and opportunities for Algeria. It found that despite Algeria's considerable tourism potential and government efforts, a lack of effective governance and a clear strategy continue to limit sector development and investment attraction. The examples of France and the United

Arab Emirates confirm that the quality of governance is a crucial factor in the sustainable development of tourism and in increasing investment. The study shows that the country needs to reform its tourism governance, learn from successful models and adopt appropriate strategies to tap the full potential of the sector and increase its economic contribution.

Keywords: Governance, tourism investment, tourism, tourism attractiveness, tourism development, Algeria.

ملخص:

نهدف من خلال هذه الأطروحة إلى دراسة آليات واستراتيجيات حوكمة قطاع السياحة في الجزائر، وتقييم فعاليتها في جذب الاستثمار السياحي ومدى مساهمة هذا الأخير للاقتصاد الوطني. وضمن هذا الإطار، تم استخدام المنهج الوصفي لاستكشاف المفاهيم الرئيسية، والمنهج التحليلي لتفسير البيانات الإحصائية حول تأثير السياحة في الجزائر وفرنسا والإمارات العربية المتحدة، والمنهج المقارن لدراسة الممارسات الجيدة في حوكمة قطاع السياحة والنجاحات والإخفاقات في هذه البلدان. وقد أبرزت هذه المقارنة الثغرات والتحديات والفرص المتاحة للجزائر. حيث أظهرت النتائج أن الجزائر رغم ما تملكه من إمكانيات سياحية كبيرة، ورغم الجهود التي تبذلها الدولة، إلا أنها لا تزال تعاني من غياب الحوكمة الفعالة والاستراتيجية الواضحة، مما يحد من تطور القطاع وجاذبيته للاستثمار السياحي. ويؤكد مثال فرنسا والإمارات العربية المتحدة أن جودة الحوكمة عامل حاسم في التنمية المستدامة للسياحة وزيادة الاستثمارات في هذا القطاع. كما تم التوصل إلى ضرورة إصلاح حوكمة السياحة في الجزائر وإمكانية استلهام النماذج الناجحة لوضع استراتيجيات مناسبة لاستغلال إمكاناتها بالكامل وتعزيز مساهمة هذا القطاع الحساس في الاقتصاد الوطني.

الكلمات المفتاحية: الحوكمة، الاستثمار السياحي، السياحة، الجاذبية السياحية، التنمية السياحية، الجزائر.