

**Introduction**

L'Algérie dispose d'un gisement touristique reconnu pour être d'une grande originalité, aussi bien en Afrique, qu'au sein du bassin méditerranéen sinon mondial. Les ressources naturelles et l'ensemble des potentialités qu'offre le milieu physique (dans les domaines énergétique, minier, forestier, agricole, maritime et halieutique) constituent des facteurs favorables à l'activité touristique:

- 1 622 km<sup>1</sup> de côtes avec une trentaine de caps et autant de plages.
- diversité de paysages et de sites naturels (montagnes et forêts, Sahara et oasis).
- douceur du climat.
- tous les éléments du patrimoine culturel et historique.

Elle possède aussi un passé particulièrement riche car diversifié et cosmopolite: héritage préhistorique, phénicien, berbère, romain, vandale, byzantin, arabo-musulman, turc, espagnol, français ...

La diversité des sites naturels comme le littoral qui reste globalement un espace assez préservé, ainsi que d'immenses espaces sahariens classés en grande partie au rang de patrimoine culturel mondial (Tassili, Hoggar, Vallée du M'Zâb).

Ces sites font de l'Algérie une destination tout à fait indiquée pour la pratique du tourisme sous ses différentes formes: balnéaire, de montagne, thermal, culturel, sportif, saharien et d'exploration, de randonnées de loisirs etc....et ce tout au long de l'année.

Malgré tous ces avantages naturels, culturels et historiques qui peuvent répondre à toutes les motivations inhérentes au tourisme, ce secteur de l'activité économique et social n'a pas été suffisamment exploité.

Par ailleurs, et depuis l'indépendance « l'Algérie n'a pas accordé au secteur du tourisme un rôle conséquent dans ses différentes politiques de développement, contrairement aux autres pays du pourtour méditerranéen »<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> **Source : « PAC »** plan d'aménagement côtier « Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme ».

<sup>2</sup> Dr. SAHEL SIDI MOHAMMED & Mme KERRIS BAHIDJA CHERIFA  
(2ème Journée de Recherche sur le Tourisme - 3 Avril 2009 - Groupe Sup de Co La Rochelle) Nouvelle politique pour la relance du secteur touristique en Algérie: quelle stratégie ?

Ce chapitre traite de l'état des lieux de la politique du développement touristique en Algérie ainsi que la nouvelle stratégie de relance du tourisme en passant par la législation et surtout les nouvelles lois sur le tourisme et le développement durable.

### 1. Historique du phénomène touristique en Algérie

**Avant 1914 :** l'Algérie attirait déjà de nombreux touristes étrangers à la recherche de paysages inconnus et d'un climat tempéré en hiver ; à cette période Alger et Biskra furent des centres de séjour très appréciés.

**Après la 1<sup>ère</sup> guerre mondiale :** ce fut l'époque des grands circuits à travers le grand Sahara.

**Après la 2<sup>ème</sup> guerre mondiale :** le tourisme qui était avant de type « luxe », décline peu à peu, et une nouvelle clientèle surgit à la suite de législation sociale favorable aux loisirs, est la clientèle ayant un revenu faible ; mais nombreuse.

Deux formes de tourisme se sont dégagées de ce changement : un tourisme de séjour et un tourisme de circuit ; c'est dans ce cadre qu'en 1950 déjà le nombre de visiteurs a été évalué à 150 mille touristes.

**1962 :** les capacités de production étaient évaluées à 5922 lits et se répartissent par type de produit: urbain, saharien, balnéaire, climatique.

**Tableau (1.3) : Nombre de lits par types de tourisme**

Produits	urbain	saharien	balnéaire	climatique	total
Nombre de lits	2377	486	2969	090	5922
%	40	08	50	02	100

**Source :** ch. Léon tourisme et développement économique mémoire de DES 1963

Les investissements ont été concentrés principalement dans la réalisation d'unités de type balnéaire (50%) et urbain (40%)<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Rôle socio-économique du tourisme cas de l'Algérie de Mr HEDDAR belkacem

### La période 1962\_-1966

Les préoccupations en matière de développement touristique étaient axées sur la préservation du patrimoine et la collecte d'informations relatives aux zones d'expansion touristique (les ZET), ainsi trois grandes zet ont été délimitées :

1. Région ouest d'Alger : Moretti, Sidi Fredj, Tipaza
2. Région d'Oran ; les Andalouses
3. Région est : Hammadites, Seraïdi, El kala,

L'année 1966 représente une date historique dans le phénomène touristique en Algérie car c'est au cours de cette année que la première formulation de la politique touristique algérienne fut adoptée. Cette formulation est concrétisée par la charte du tourisme qui fixe les orientations principales suivantes :

- L'activité touristique a pour objectifs prioritaires : l'apport de devises, la création d'emplois et l'intégration de l'Algérie sur la marche internationale
- Les investissements touristiques doivent être centralisés
- La mise en place d'un système de formation hôtelière et touristique

Le diagnostic et les recommandations de la charte sont résumés dans le tableau ci après (tableau2.3).

**Tableau (2.3) : Recommandations de la charte de 1966 :**

Conditions	Diagnostic	Recommandations
1. Conditions naturelles et culturelles	Point fort mais « restés à l'état brut »	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nécessité de leur protection, entretien, et de leur mise en valeur.</li> <li>- Nécessité de les rendre accessible, et procéder à l'inventaire et au classement des sites naturels.</li> <li>- Elaborer la réglementation nécessaire en la matière.</li> <li>- Mesure de protection de l'artisanat traditionnel d'art.</li> <li>- Mesure de protection des arts folkloriques.</li> </ul>

2. Infrastructures de transport	Bonnes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Agrandir l'aéroport d'Alger et favoriser la déserte de la capitale par les compagnies aériennes étrangères.</li> </ul>
3. Moyens d'hébergement	Très réduits et très souvent élaborés	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Construction de grands ensembles hôteliers et touristiques.</li> <li>- Sélection des hôtels- cafés- restaurants à caractère touristique</li> <li>- Equipment et modernisation de tous les hôtels situés dans les zones d'expansion touristiques ou sur les différents circuits organisés.</li> <li>- Remise en l'état des villas vacantes situées sur le littoral</li> </ul>
4. Qualité des prestations et qualification du personnel	Très insuffisantes dans l'ensemble	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Formation à l'extérieur</li> <li>- Création de 02 centre de formation professionnelle à Oran et a Constantine à l'image du centre de benaknoun.</li> <li>- Formation pratique dans certains grands hôtels.</li> <li>- Création d'une section tourisme à l'école nationale de commerce pour la formation des techniciens dans la gestion touristique</li> <li>- Création d'une section hôtellerie et du tourisme à l'image des grandes écoles pour la formation de cadres supérieurs.</li> </ul>
5. Les prix	Trop élevés pour été compétitifs.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exemption de taxes et de droits de douanes pour certaines prestations et produits touristiques.</li> <li>- Création de centrales d'achat de services communs de blanchissage.</li> <li>- Accord de primes d'encouragement pour les entreprises qui font des efforts en matière de réduction des prix et de séduction de la clientèle étrangère.</li> </ul>
6. Les produits de voyages	Très limitée	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renforcer les moyens de l'agence touristique algérienne.</li> <li>- Faire participer les agences jusque la cotonnées dans la vente des titres de transport à l'organisation et la production</li> </ul>

		de voyages.
<b>7.</b> Facilitations diverses	Inexistantes : problème à la douane aux bureaux de change.  Pas de détaxation d'essence.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intervention au prés de la commission de facilitation créées en 19964 pour agrandir les installations et augmenter les personnels des douanes et de la PAF et pour multiplier les bureaux de change</li> <li>- Passage du permis d'escales sans visas de 48h à 72h</li> <li>- Examen de la possibilité de vente de « bons d'essence touristique » à tarif réduit.</li> </ul>
<b>8.</b> La publicité	Insuffisante, discontinue et trop générale.  Moyen insuffisant	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Allocation de budget important</li> <li>- La publicité doit être « franche » orienter les touristes vers les endroits et les établissements qui offrent des prestations de qualité.</li> </ul>
<b>9.</b> L'accueil administratif (douane PAF)	Lenteur et absence de courtoisie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organisation de conférences de sensibilisation à l'attention des personnels des administrations concernées.</li> </ul>
<b>10.</b> L'accueil des populations locales	Problèmes des petits vols et indifférence au phénomène touristique	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilisation des populations par divers moyens : parti, commune, articles de presse, causerie à la radio...</li> </ul>
<b>11.</b> L'animation touristique	Très insuffisante	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développer les équipements de loisir parallèlement au développement du tourisme</li> <li>- Promouvoir les activités culturelles et sportives</li> </ul>
<b>12.</b> L'aménagement touristique	Absence de programme d'aménagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboration d'un plan et délimitation de zones d'expansion touristiques (ZET)</li> </ul>
<b>13.</b> Les organisations		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Création d'un conseil national du tourisme et de l'hôtellerie.</li> <li>- Création de conseils régionaux.</li> <li>- Création et mise en place de commissions interministérielles spécialises</li> </ul>

14. Financement des investissements		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bonification des taux d'intérêts</li> <li>- Avances sans intérêts</li> <li>- Subventions fiscales</li> <li>- Garanties de l'état</li> </ul>
-------------------------------------	--	--

**Source** : tourisme en Algérie « jeu et enjeux de Hachimi Madouche p58, p59, p60 édition HOUMA 2003

**La charte nationale de 1976** : elle justifie la nécessité de développer le tourisme pour quatre raisons<sup>4</sup>

- L'augmentation des besoins sociaux en matière de détente due principalement à l'emploi de franges de la population de plus en plus importantes
- L'accroissement des mouvements d'affaires consécutifs à l'expansion économique de l'Algérie
- Les effets du tourisme international en termes de dynamisation de l'économie, de rentrées de devises, d'ouverture sur le monde extérieur et de communication avec les autres peuples
- La création d'emplois et l'élévation du niveau de vie

**Nouvelle formulation de mai 1980** : des nouvelles missions à la lumière des orientations de la charte nationale en cette matière.

- Recensement et protection des potentialités touristiques nationales afin d'établir une carte des implantations touristique en Algérie.
- Etablissement d'un schéma directeur d'aménagement touristique.
- Type de tourisme et d'installation à développer, l'accent sera mis sur le tourisme social afin de satisfaire les besoins multiformes des travailleurs, de leur famille et des jeunes.
- Le tourisme saharien de par son originalité sera commercialisé sur le marché international ; l'hôtellerie urbaine a comme objectif la rentabilité financière et se poursuivra dans la politique qui consiste à adopter chaque chef lieu de wilaya de daïra et de commune d'une unité hôtelière, l'hôtellerie routière composée de motels et relais sera développée sur les grands axes routiers.

<sup>4</sup> Hachimi MADOUCHE le tourisme en Algérie jeu et enjeux édition HOUMA 2003

- Décentralisation des investissements ; il est également retenu que la multiplication des opérateurs en matière de réalisation d'investissement touristique s'avère indispensable ces derniers peuvent être les entreprises socialistes, les organismes sociaux ; et les collectivités locales.
- Les différents types de tourisme doivent se baser sur des installations légères et de petites dimensions en vue de réduire les coûts de leur réalisations et de faciliter leur gestion, et par la réduire les prix des prestations offertes, elles doivent être aussi adaptées aux caractéristiques du site d'implantations et aux coutumes et architecture locales.

**La charte nationale de 1986 :** comparativement à la charte de 1976, celle de 1986 introduit la préoccupation de développer le tourisme de jeune, de même qu'elle élargit les fonctions du tourisme « à la promotion de la culture , de l'artisanat local et du patrimoine national de manière générale , ainsi qu'à l'éducation et la lutte contre les maux sociaux et l'amélioration du cadre de vie ».

**De 1992 à 1994 :** le tourisme occupe une place relativement importante dans les programmes des gouvernements comme la protection, l'aménagement et la viabilisation des Zets, le développement de nouvelles capacités hôtelière et la diversité des produits touristiques.

**Après 1994:** restructuration du secteur touristique (la privatisation des entreprises hôtelière).

**De 2001 à ce jour** (la relance du secteur touristique): création d'un schéma directeur d'aménagement touristique le SDAT « option du développement durable »

## 2. Le financement des investissements touristiques

Les problèmes de financements constituent un élément capital de développement économique et social par ailleurs les moyens financiers que l'état consacrerait à la réalisation des objectifs de la politique touristique peuvent être organisés sous forme d'un fond de développement touristique « FDT ». voir (**tableau2.3**). Il s'ajoute à ça, la loi de finances complémentaire 2009 qui comprend des dispositions relatives à la promotion des activités touristiques. Elles viennent à point nommé pour relancer ce secteur ; Les mesures en question sont :

1. L'exonération de la taxe sur les activités professionnelles sur le chiffre d'affaires (hôtels, thermalisme, restaurants (art11 de la loi)
2. La réduction de la taxe sur la valeur ajoutée TVA de 17% à 7% (art 42)
3. La bonification de 3% t de 4,51% du taux d'intérêt (prêts bancaires (actions de modernisation d'établissements touristiques et hôteliers dans le nord et le sud de l'Algérie ( art 80)
4. Bénéfice du taux réduit de droit de douanes pour acquisition d'équipements touristiques (art81)
5. Bénéfice d'un abattement de 50% et de 80% sur le cout de la concession des terrains (réalisation des projets d'investissements) (haut plateau et sud (art 82).

### **3. les acteurs du tourisme en Algérie**

- La direction du tourisme et de l'artisanat
- l'office national du tourisme (ONT) (décret n°92-402 du 31 octobre 1992)
- L'agence nationale de développement du tourisme (ANDT) décret n° 98-70 du 21 février 1989
- L'établissement national des études touristiques (ENET) décret n°98\_94 du 10 mars 1998
- Le comite nationale de facilitation des activités touristique décret n°94-39 du 25 janvier 1994
- Les offices locaux du tourisme (associations)
- Les établissements de formations
- Les agences de voyages.
- Les touristes
- La population locale

### **4. les indicateurs du tourisme algérien (1999 -2009)**

- **Les flux touristiques :** Malgré la baisse enregistrée, dans le flux touristique mondial, l'Algérie a été épargnée de cette baisse, elle a même enregistré des taux de croissance considérables, notamment celui des entrées des touristes étrangers.



L'année 2009 annonce le passage vers une nouvelle phase pour le tourisme algérien en s'approchant pour l'accueil de 02 millions de touristes (tableau3.3).

**Tableau (3.3) flux touristique Algérie de 1999à2009**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Total</b>	748 536	865 984	901 416	988 061	1 166 287	1 233 719	1 443 090	1 637 582	1 740 000	1.772.000	1.911.506
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	15,69	4,09	9,61	18,04	5,78	16,97	13,48	6,5	1,64	7.89%
<b>Etrangers</b>	140 861	175 538	196 229	251 145	304 914	368 662	441 206	478 358	511 000	557.000	655.810
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	24,62	11,79	27,99	21,41	20,87	19,71	8,42	7	8,9	17.80%
<b>Algériens résidents à l'étranger</b>	607 675	690 446	705 187	736 915	861 373	865 157	1 001 884	1 159 224	1 230 000	1.215.000	1.255.696
<b>Taux de croissance (%)</b>	-	13,62	2,13	4,50	16,89	0,44	15,80	15,70	6	-1,37	3.35%

**Source :** MATET mai 2010

- **Motifs de visite (année 2009) :**

- **Loisirs et détente:** 428.856 touristes, soit 65% du total des touristes étrangers, soit un taux de croissance de 19.38% (359.242 touristes en 2008).
- **Affaires:** 208.076 touristes, soit 32% du total des touristes étrangers, soit un taux de croissance de 25.44% (165.882 touristes en 2008).
- **Missions:** 18.878 touristes, soit 3% du total des touristes étrangers, soit régression de 40.21% (31.573 touristes en 2008).

- **Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB**

La part du secteur du tourisme dans l'effort national de création de richesse, mesurée par la valeur ajoutée est restée stable depuis plusieurs années. Néanmoins, depuis l'année 2008, il est enregistré une croissance positive (2.05%) confirmée pour l'année 2009 avec 2.3% de contribution dans le PIB national hors hydrocarbures (tableau4.3).

**Tableau (4.3) : la part du tourisme dans le PIB (1999à2009)**

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
<b>Part du tourisme dans le PIB (%)</b>	1,8	1,4	1,6	1,6	1,7	1,8	1,7	1,02	1,7	2,05	2,3

**Source :** MATET mai 2010

## 5. Les stratégies pour la relance du tourisme en Algérie

Conscient de l'enjeu stratégique du secteur touristique, de la globalisation de l'économie et dans un souci de promouvoir les exportations hors hydrocarbures, les autorités publiques se sont tournées vers le tourisme en tant que ressource inépuisable pour maintenir et subvenir aux impératives du développement. Ce qui s'est traduit par l'organisation des assises régionales (2007) et nationales (2008), afin de débattre toutes les questions qui entourent la relance du secteur touristique en Algérie.

A cet effet, les participants à ces assises (1200 investisseurs, opérateurs et journalistes Spécialisés, locaux et étrangers), ont mis l'accent notamment sur le rôle du schéma directeur d'aménagement du tourisme (SDAT-2025) comme instrument privilégié de développement durable du territoire et se sont penchés sur le plan destination Algérie, les pôles touristiques d'excellence, le plan qualité tourisme Algérie (PQTA), et la bourse d'investissement et le financement.

### 5.1. Le SDAT 2025(Schéma Directeur d'Aménagement Touristique):

Le présent Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «**SDAT 2025**» est un instrument qui traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays et

de le mettre au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro méditerranéenne.

Il donne pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable.

Le rapport général sur le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2025 est composé de six livres :

**Livre 1 :** Le diagnostic : l'audit du tourisme algérien

**Livre 2 :** Les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires :

Le plan stratégique

**Livre 3 :** Les pôles touristiques d'excellence (POT) et les villages touristiques d'excellence (VTE)

**Livre 4 :** La mise en œuvre du SDAT 2025 : le plan opérationnel

**Livre 5 :** Les projets prioritaires touristiques

**Livre 6 :** La synthèse générale du SDAT 2025.

## **5.2. Les objectifs du SDAT :**

### **1- Faire du tourisme l'un des moteurs de la croissance économique :**

- Promouvoir une économie alternative et de substitution aux hydrocarbures,
- Organiser l'offre touristique en direction du marché national,
- Donner à l'Algérie une envergure touristique internationale et en faire une destination d'excellence-phare du bassin méditerranéen appuyée sur ces atouts.

**Afin de :**

- Participer à la création de nouveaux emplois et contribuer de façon substantielle à l'économie générale du pays;
- Contribuer à l'amélioration des grands équilibres (Balance commerciale de paiement, équilibres budgétaires...).

**2- Impulser par un effet d'entraînement, les autres secteurs économiques**

- Impulser un effet d'entraînement sur les autres secteurs (Agriculture, BTPH, Industrie, Artisanat, Services).
- Envisager le tourisme dans le cadre d'une approche transversale qui intègre différents facteurs (transports, urbanisme, environnement, organisation locale, formation) et qui prenne en compte les logiques de tous les opérateurs privés (Algériens mais aussi étrangers) et publics.
- Être en cohérence avec les stratégies des autres secteurs et initier une dynamique globale à l'échelle du territoire national dans le cadre du SNAT 2025.

**3-Combiner promotion du Tourisme et Environnement**

Il s'agira d'intégrer la notion de durabilité dans toute la chaîne du développement touristique (conjonction du social, de l'économique et de l'environnemental).

**4-Promouvoir le patrimoine historique, culturel et culturel**

L'économie touristique entretient un rapport étroit avec le territoire, lieu d'expression de l'histoire et de la diversité culturelle.

Ce sont les éléments constitutifs du patrimoine territorial (humain, naturel, climatique, historique, etc...) qui fondent son image, son attractivité, son positionnement et sa production. C'est sur le territoire que le touriste se déplace, produit et consomme. Ce sont les acteurs du territoire dans leur multiplicité et leur diversité (publics, privés, associations, etc.) qui contribuent à la production touristique.

De façon générale, les stratégies de tourisme durable sont celles qui respectent les

Diversités culturelles, protègent le patrimoine et contribuent au développement local.

### 5- Améliorer durablement l'image de l'Algérie.

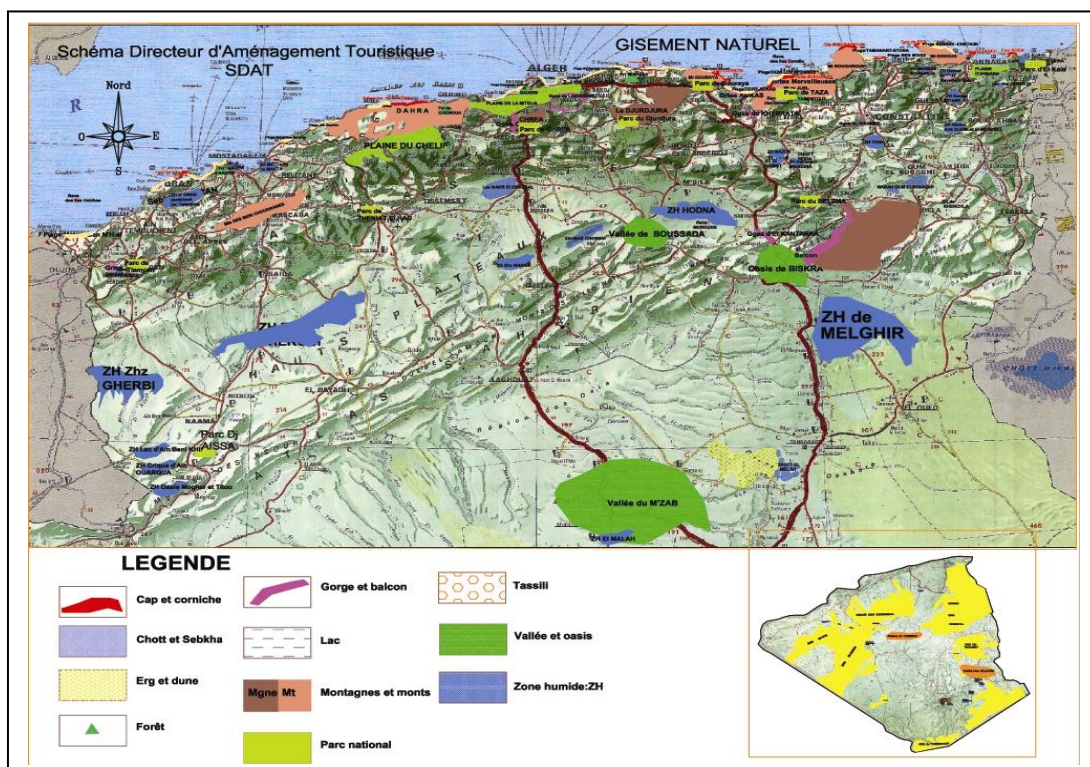
Le programme de construction de l'image de l'Algérie vise à opérer un changement dans la perception qu'ont les opérateurs internationaux du marché algérien dans la perspective d'en faire un marché important et non accessoire avec toute la nouvelle panoplie de produits et de capacités offertes, qui correspondent aux besoins des consommateurs internationaux.

#### 5.3. Les atouts de l'Algérie dégagés par le SDAT :

- Un gisement naturel et culturel exceptionnel et contrasté :

L'Algérie, pays avec 2,38 millions de km<sup>2</sup> recèle de multiples facettes allant du littoral, des montagnes de l'Atlas, des steppes des Hauts Plateaux, au Sud avec le Hoggar, le Tassili-N'Ajjer, le Bas Sahara, le Touat Gourara (**figure1.3**) Mais globalement les sites sont peu mis en valeur<sup>5</sup>.

**Carte : (1.3) : Un gisement naturel et culturel exceptionnel et contrasté (Source): l'audit du tourisme algérien (sdat2025) livre01, le diagnostic**

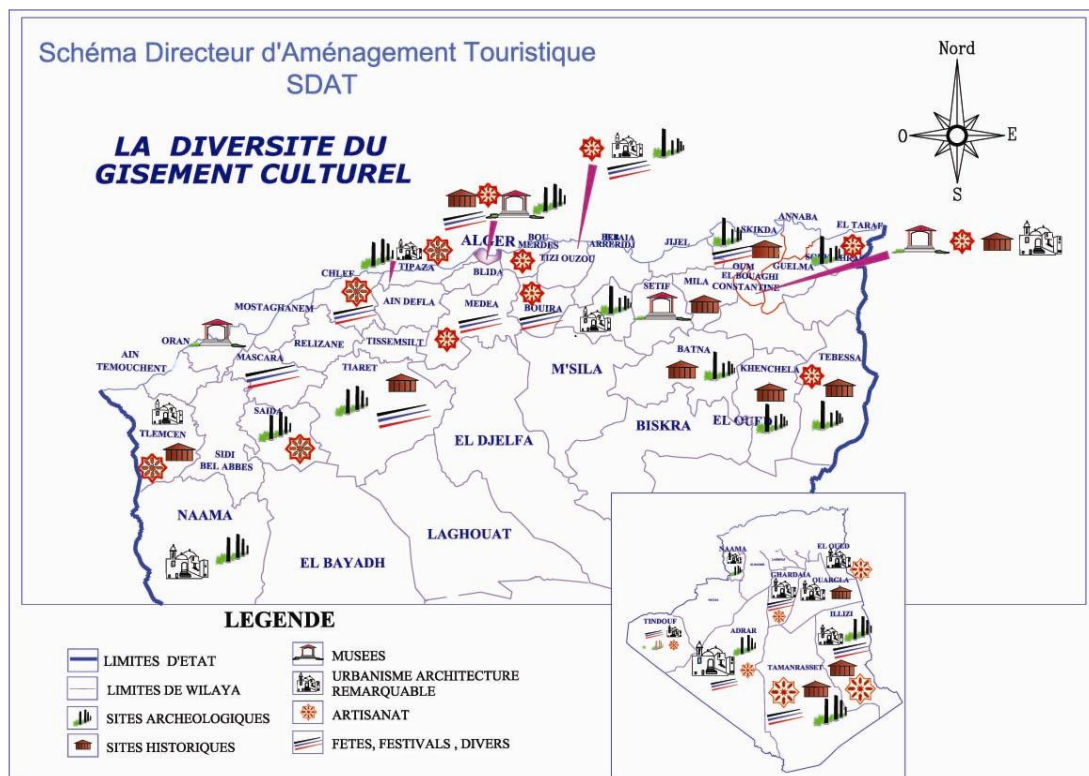


<sup>5</sup> Etat des lieux : l'audit du tourisme algérien (sdat2025) livre01, le diagnostic

- **La diversité du gisement culturel**

L'Algérie dispose d'un patrimoine matériel et immatériel riche et de sites exceptionnels: préhistoriques, antiques et historiques (sites paléolithiques, néolithiques, puniques romains, (figure2.3...) Mais il est peu mis en valeur.

**Carte 2.3 : patrimoine matériel et immatériel riche (diversité du gisement culturel)**



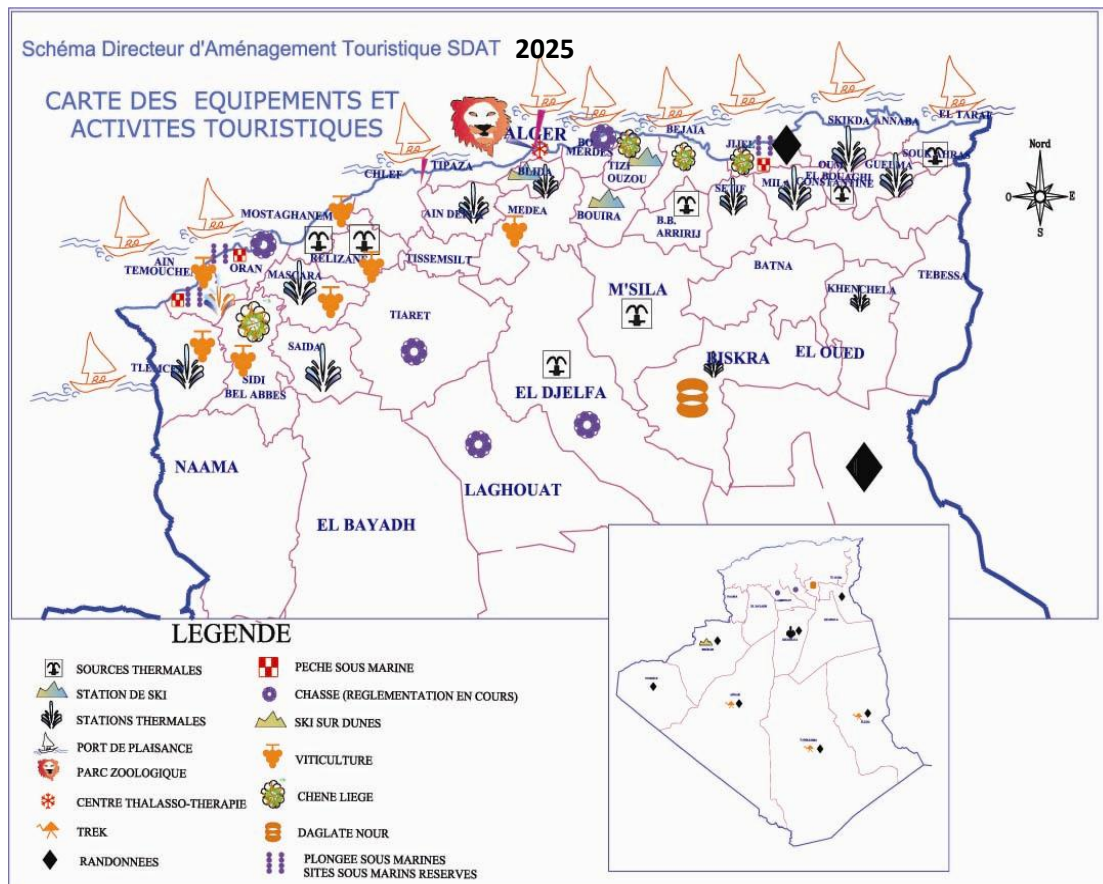
**Source :** l'audit du tourisme algérien (sdat2025) livre01, le diagnostic

- **Des équipements touristiques obsolètes ou en recul :**

Des équipements touristiques obsolètes: balnéaires, oasiens, thermaux (figure3.3)



Carte 3.3 : patrimoine matériel et immatériel riche (équipements et activités touristiques)

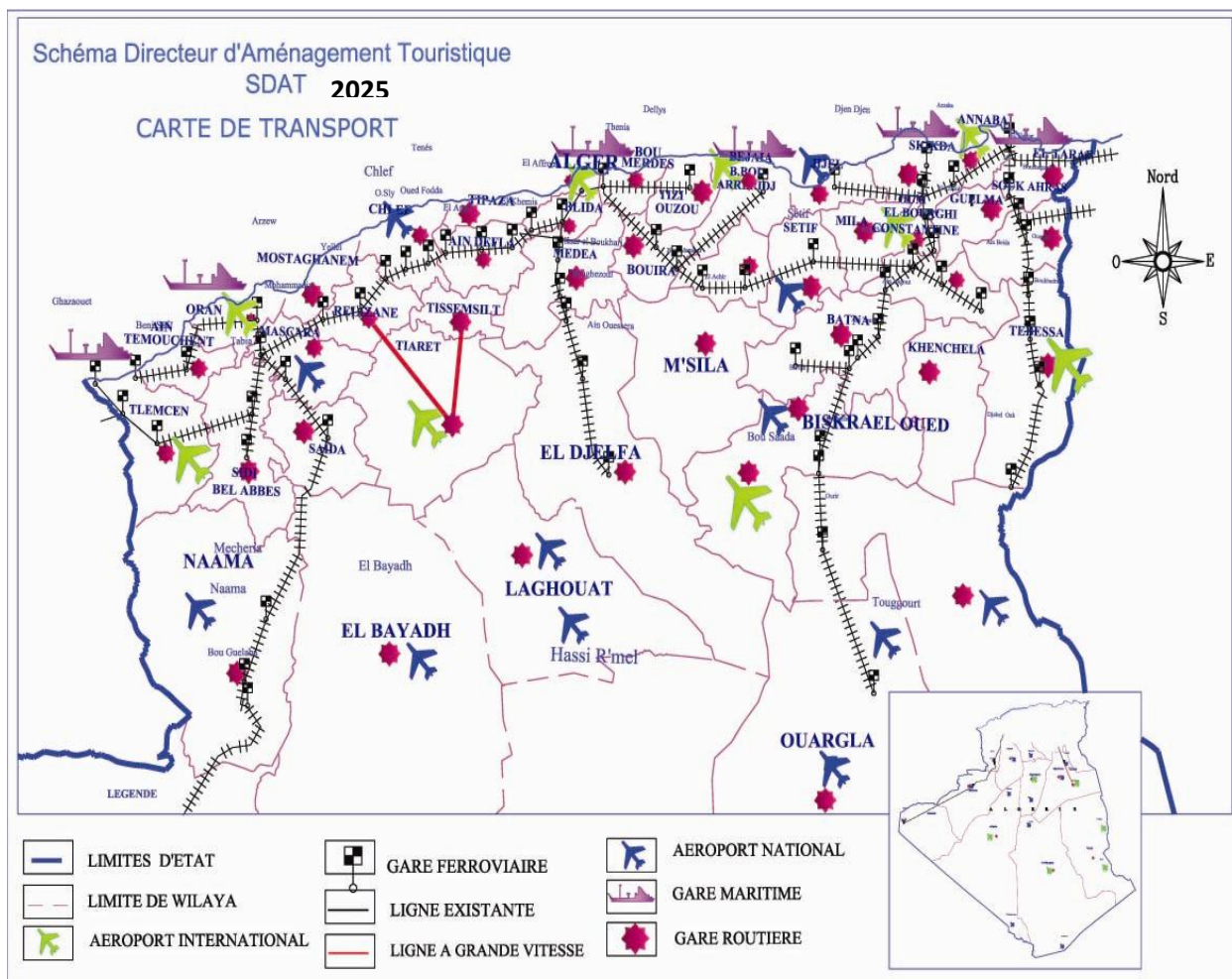


Source : l'audit du tourisme algérien (sdatt2025) livre01, le diagnostic

- Des modes de transport variés mais insuffisants

6 gares maritimes (Alger, Oran, Ghazaouet, Bejaïa, Skikda, Annaba) ,15 aéroports internationaux répartis sur tout le territoire confortés par une vingtaine d'aéroports nationaux (figure4.3).

Carte 4.3 : patrimoine matériel et immatériel riche(transport)



Source : l'audit du tourisme algérien (sd2025) livre01, le diagnostic



**6.. Les faiblesses du tourisme algérien :**

- Une absence de lisibilité des produits du tourisme algérien.
- Un hébergement et une hôtellerie très insuffisants et de mauvaise qualité.
- Un manque de maîtrise de nouvelles techniques de prospection du marché par les voyagistes.
- Un manque de Qualification et de performance des personnels.
- Une faible qualité du produit et des prestations du tourisme algérien.
- Une faible pénétration des technologies de l'information et de la communication dans le tourisme.
- Un mode de transport et d'accessibilité de faible qualité.
- Des banques et des services financiers inadaptés au tourisme moderne
- Une sécurité sanitaire et alimentaire insuffisante.
- Une gouvernance, une organisation et une culture inadaptées au tourisme moderne.
- Un grand déficit du marketing de l'image de la Destination Algérie.

7. Une grille d'évaluation pour un développement durable du tourisme

DIMENSION ENVIRONNEMENTALE		
CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ÉLÉMENTS DE MESURE
<b>Renouvellement</b>  Le tourisme permet-il le renouvellement des ressources ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attrait paysager</li> <li>• Consommation d'eau</li> <li>• Intensité touristique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolution des caractères paysagers</li> <li>• Nombre de jours et quantité d'eau</li> <li>• Nombre de visiteurs sur les espaces les + fréquentés</li> </ul>
<b>Prévention</b>  Les risques de dégradation de l'environnement sont-ils maîtrisés ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espaces sensibles</li> <li>• Traitement des eaux</li> <li>• Traitement des déchets</li> <li>• Risques naturels</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contrôle de l'urbanisation</li> <li>• Efficacité des systèmes d'épuration</li> <li>• Présence d'une déchetterie</li> <li>• Restrictions d'urbanisation</li> </ul>
<b>Valorisation</b>  Le tourisme valorise-t-il le patrimoine environnemental et culturel ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Notoriété</li> <li>• Informations</li> <li>• Appui aux projets</li> <li>• Commercialisation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Loi 98-04 + Conventions internationales</li> <li>• Existence de chartes de qualité</li> <li>• Existence de signalétique, de brochures...</li> <li>• Valorisation de l'habitat, des produits artisanaux...</li> <li>• Fréquence des points de vente directe des produits locaux</li> </ul>
<b>Cadre de vie</b>  Le tourisme contribue-t-il à créer un cadre de vie agréable ?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esthétique paysagère</li> <li>• Qualité de la circulation routière</li> <li>• Odeurs et bruits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilibre entre zones vertes et bâties, fleurissement, traitement des espaces publics</li> <li>• Nombre de jours avec encombrements, existence de réglementations spécifiques</li> </ul>

DIMENSION SOCIALE		
CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ELÉMENTS DE MESURE
<p><b>Reconnaissance</b></p> <p>Les acteurs locaux sont-ils valorisés par les activités touristiques?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conditions de vie des saisonniers</li> <li>• Perception des agriculteurs, artisans ou industriels</li> <li>• Diffusion spatiale du développement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de logements réservés pour les saisonniers</li> <li>• Reconnaissance de l'activité productive</li> <li>• Répartition des emplois et services sur le territoire</li> </ul>
<p><b>Insertion</b></p> <p>Le tourisme favorise-t-il l'insertion de l'ensemble des acteurs?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation</li> <li>• Installation d'entreprise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existence de stages qualifiants</li> <li>• Actions de soutien des collectivités et professionnels</li> </ul>
<p><b>Partenariat</b></p> <p>Les acteurs touristiques sont-ils solidaires sur le territoire?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Services communs</li> <li>• Animation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Présence d'organisations collectives pour les achats, la commercialisation, les transports, la promotion, la gestion des sites</li> <li>• Présence d'une structure d'information et d'action active</li> </ul>
<p><b>Accessibilité</b></p> <p>Le tourisme est-il accessible au plus grand nombre?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversité de la clientèle</li> <li>• Tourisme péri urbain</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importance relative des clients à faible revenu, des scolaires</li> <li>• Existence d'équipements d'accueil pour les visites à la journée</li> </ul>

DIMENSION ÉCONOMIQUE		
CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ELÉMENTS DE MESURE
<b>Rentabilité</b> Quelle est la vitalité économique du tourisme?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Population</li> <li>• Emploi local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolution de la population active, population totale/ population de touristes</li> <li>• Evolution de l'emploi local et du tourisme permanent et saisonnier</li> </ul>
<b>Intégration territoriale</b> Le tourisme est-il intégré dans l'économie du territoire?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Circuit économique</li> <li>• Pluriactivité</li> <li>• Impact économique</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Achat de matières premières locales</li> <li>• % d'actifs combinant tourisme et autres activités</li> <li>• Nombre d'emplois dans le bâtiment, % d'agriculteurs ayant un revenu touristique</li> </ul>
<b>Souplesse</b> Les activités sont-elles diversifiées?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eléments de la saison</li> <li>• Eventail de la clientèle</li> <li>• Attractivité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nombre de saisons et de jours de pointe</li> <li>• Diversités sociales et géographiques, gamme d'hébergements</li> <li>• Nombre de sites et activités qui font la notoriété du territoire</li> </ul>
<b>Pérennité</b> Le tourisme est-il menacé par l'évolution économique et sociale?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chefs d'entreprise</li> <li>• Organisation</li> <li>• Information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• % d'entreprises possédées et gérées par des acteurs locaux</li> <li>• Structures collectives (équipement, vente, promo)</li> <li>• Veille commerciale, existence d'un observatoire</li> </ul>

## 8. La réglementation portant sur le tourisme, environnement et développement durable

### 1. La législation et les zones d'extension touristique

Dans la pratique de l'aménagement touristique en Algérie, la notion de zone d'expansion touristique (ZET) peut avoir à travers sa double dimension juridique et spatiale, trois significations principales :

- c'est un espace protégée défini par l'ordonnance n° 66-62 du 26 mars 1966 et par son décret d'application n° 66-75 du 4 avril 1966.
- c'est aussi un espace classé et délimité territorialement par le décret n° 88-232 du 5 novembre 1988 en 169 zones de haut intérêt touristique par nature et la qualité des ressources et potentialités qu'elles recèlent.
- c'est enfin un instrument de planification intégré au schéma national d'aménagement du territoire et destiné à orienter et accueillir les projets d'équipement hôtelier et touristique du pays.

Il y a lieu de noter également que le plan spatial de la ZET est définie comme un périmètre qui délimite un site propice au développement des activités de tourisme et de loisirs ; ce périmètre comprend:

- **la zone aménagée (intra-muros)**: il s'agit des terrains devant servir d'assiette aux équipements touristiques, d'hébergements récréatifs, commerciaux, administratifs et techniques annexes.

- **la zone d'extension**: ce sont les terrains nécessaires à une éventuelle extension des équipements et installations initialement réalisés et qu'il y a lieu de considérer comme un périmètre d'aménagement différé.

- **la zone de protection ou zone-tampon**, c'est à dire l'ensemble des terrains constituant à l'intérieur de la ZET une ceinture de protection contre tout atteinte susceptible de dégrader l'activité touristique ou d'exercer une influence négative sur les perspectives de localisation et d'implantation de projets touristiques.

Le périmètre de cette ceinture de protection varie selon les données inhérentes à la nature et à l'intensité de la ressource touristique propre à chaque zet<sup>6</sup>.

- **Loi n° 03-03 relative aux zones d'expansion et sites touristiques**

La présente loi a pour objet de définir les principes et règles de protection, d'aménagement, de promotion et de gestion des zones d'expansion et sites touristiques. Elle a pour objectifs: L'utilisation rationnelle et harmonieuse des espaces et ressources touristiques en vue d'assurer le développement durable du tourisme; L'intégration des zones d'expansion et sites touristiques ainsi que les infrastructures de développement des activités touristiques dans le schéma national d'aménagement du territoire; La protection des bases naturelles du tourisme; La préservation du patrimoine culturel et des ressources touristiques à travers l'utilisation et l'exploitation, à des fins touristiques, du patrimoine culturel, historique, culturel et artistique; La création d'un bâti harmonieusement aménagé et adapté au développement des activités touristiques et la sauvegarde de sa spécificité.

## **2. la stratégie environnementale du développement touristique**

- le décret exécutif n° 94-41 du 29 janvier 1994 portant définition des eaux thermales, et réglementant leur protection, leur utilisation et leur exploitation.
- l'arrête du 29 août 1995 fixant l'organisation et le fonctionnement du comité technique du thermalisme (comité intersectoriel consultatif).

Le secteur prend également appui sur les dispositifs juridiques à caractère horizontal et général qui portent sur la protection de la nature, de la flore et de la protection de la santé des populations, manant des autres départements ministériels tels que:

- les lois n° 90-08 et 90-09 du 7 avril 1990 relatives à la commune et à la wilaya
- la loi n° 87-03 relative à l'aménagement du territoire
- la loi n° 90-29 relative à l'aménagement et à l'urbanisme

---

<sup>6</sup> Information soumise par le Gouvernement de l'Algérie auprès de la Cinquième et de la Septième Sessions de la Commission du développement durable des Nations Unies. Dernière mise à jour: Août 1999

- le décret n° 90-78 du 27 février 1990 relatif aux études d'impact sur l'environnement
- le décret n° 93- 164 du 10 juillet 1993 définissant la qualité requise des eaux de baignade.

- **Protection du littoral**

Le désir de maîtriser la gestion des espaces littoraux en Algérie est récent, la loi 90-29 du 1<sup>er</sup> Décembre 1990 relative à l'aménagement et à l'urbanisme est le premier texte ayant défini en « Dispositions particulières à certaines parties du territoire l'espace littoral. »

En outre « toute construction sur une bande de terre de 100 mètres de largeur à partir du rivage Est frappée de servitude de non aedificandi, toutefois sont autorisées sur cette bande les Constructions nécessitant la proximité immédiate de l'eau»<sup>7</sup>

**Loi 02-02 du 05-02-2002** relative à la protection et à la valorisation du littoral a pour objet L'élaboration et la mise en œuvre d'une politique nationale spécifique d'aménagement et de Protection du littoral.

L'article premier stipule que « la présente loi a pour objet de fixer les dispositions particulières relatives à la protection et à la valorisation du littoral ».

Le littoral, au sens de l'article 7, fait l'objet de dispositions générales. Il comprend une zone Spécifique qui fait l'objet de dispositions particulières de protection et de valorisation, Dénommée zone côtière (art 08), constituée par le rivage naturel, les îles et les îlots, les eaux Intérieures maritimes, le sol et le sous-sol de la mer territoriale.

La zone côtière comprend donc une zone terrestre et une zone maritime (la mer territoriale).

La loi délimite trois bandes dans le littoral tel que défini à l'article (07) dans lesquelles sont Éditées des restrictions relatives à l'urbanisation.

**Bande 1** : Il s'agit de la bande inconstructible des 100 mètres, instaurée par la loi 90-29, dont la Largeur peut atteindre 300 mètres à partir du rivage pour des motifs liés au caractère sensible du milieu côtier. Cette bande inclut le rivage naturel dans lequel sont interdits la

---

<sup>7</sup> Article 45 de la loi 90-29 du 1<sup>er</sup> Décembre 1990 relative à l'aménagement et à l'urbanisme  
Actes du colloque international pluridisciplinaire "**Le littoral : subir, dire, agir**" - Lille, France, 16-18 janvier 2008

circulation et le stationnement des véhicules (sauf les véhicules de service, de sécurité, de secours, d'entretien ou de nettoyage des plages).

Les conditions et les modalités d'extension de cette zone et d'autorisation des activités

Permisées sont fixées par voie réglementaire.

**Bande 2** : D'une largeur de 800 mètres ou sont interdites les voies carrossables nouvelles parallèles au rivage (alinéa 1 de l'article 16). Toutefois, en raison de contraintes topographiques

de configuration des lieux ou de besoins des activités exigeant la proximité immédiate de la mer, il peut être fait exception à cette disposition.

**Bande 3** : Dont la largeur est de 3 Km, dans cette bande sont interdites :

- ✓ Toute extension longitudinale du périmètre urbanisé, c'est à dire toute extension parallèle au rivage.
- ✓ L'extension de deux agglomérations adjacentes situées sur le littoral à moins que la distance les séparant soit de cinq (5) Km au moins.
- ✓ Les voies de transit nouvelles parallèles au rivage.

Les constructions et les occupations du sol directement liées aux fonctions des activités économiques autorisées par les instruments d'urbanisme dans la bande des 3 km sont réglementées.

La loi 02-02 du 05-02-2002 innove dans la mesure où elle revalorise une dimension naturaliste des espaces côtiers. Elle ne définit pas précisément « un aménagement du littoral », elle montre plutôt que la protection et la valorisation contribuent de façon générale à l'aménagement. Un aménagement qui rompt avec l'idée répandue jusqu'alors que l'aménagement signifie équiper plus, construire plus. L'aménagement du littoral n'est plus inscrit dans une logique productiviste, mais plutôt dans la perspective du Développement Durable.

La promulgation de la loi relative à la protection et à la valorisation du littoral, constitue un progrès certain dans la mise en place des conditions nécessaires au développement durable de cette zone stratégique du territoire national.



- **Loi n° 03-01 du 16 Dhou El Hidja 1423 correspondant au 17 février 2003 relatives au développement durable du tourisme**

La présente loi a pour objet de définir les conditions de développement durable des Activités touristiques ainsi que les mesures et instruments de leur mise (voir en annexe la loi intégrale).

## **9. Le Plan d'Aménagement Côtier <sup>8</sup>**

Il s'agit d'élaborer une stratégie de développement durable suivant ces objectifs :

### **1. Les objectifs fondamentaux du plan concernent**

- l'instauration d'une coopération entre différents acteurs au niveau de la Wilaya.
- la réalisation de projets centrés sur le développement durable des régions littorales, en intégrant les questions d'environnement et de développement.

### **2. L'objectif immédiat du plan consiste à**

- identifier à travers les diverses activités des solutions aux problèmes de l'environnement les plus urgents dont certaines pourront être appliquées immédiatement et d'autres seront l'objet de recherches de financement pour une application ultérieure.
- Dans l'élaboration de ces solutions une attention toute particulière sera accordée à la protection et à la mise en valeur du littoral.

### **3. Les objectifs à long terme consistent à**

- proposer une démarche de développement de la zone côtière communale en harmonie avec la capacité réceptrice de l'environnement.
- créer les conditions d'établissement d'un système de planification et de gestion intégrée des ressources dans la zone, avec des outils efficaces de protection et de gestion du littoral.

---

<sup>8</sup> (www.coastday.org/) PRESENTATION de la GIZC EN ALGERIE.ppt

**4. L'objectif Général du plan est donc de**

- protéger et d'assurer une utilisation rationnelle et durable des ressources côtières.
- Un pareil plan a pour tâche de déterminer et de recommander les mesures de gestion visant à la solution des conflits environnementaux existants et à la mise en place des voies optimales d'un développement soutenable à l'avenir.

**Conclusion**

La plus grande partie de ce chapitre était consacré à la relance du tourisme en Algérie y compris SDAT, qui définit la nouvelle stratégie touristique, et impose de diversifier les filières et les produits et propose des actions à mener pour les différents type de tourisme, comme pour :

- **Le balnéaire, littoral :** lancement des animations, des activités sportives et nautiques, création des maisons thématiques dans la cadre de la sensibilisation des touristes sur l'environnement, proposer de l'emploi à la communauté locale.
- **Le tourisme saharien et de randonnée :** Mettre en avant les cultures identitaires en lancent les randonnées éco touristiques et les hébergements classiques comme le bivouac, consolider l'offre artisanale ; structuration de l'offre ksour, lancer l'agritourisme, protéger les parcs nationaux, renforcer les moyens de transport.
- **Le tourisme de ville et d'affaires :** projeter des loisirs péri urbain (parc d'attraction, espace vert, équipements sportifs), lancer des visites guidées pour faire découvrir la culture et l'histoire des villes, renforcer la construction des lieux d'hébergement et des salles de conférences.
- **Le tourisme de soins, de santé et de bien être :** moderniser les infrastructures thermales et opter pour une restauration de qualité.
- **Le tourisme culturel, cultuel et événementiel :** création de circuits pour la visite des sites historiques, musés, et développement du tourisme de mémoire, l'Algérie peut appuyer sa mise en tourisme sur de nombreuses fêtes locales traditionnelles et événements culturels assurant une veille permanente, un marquage dans la mémoire du visiteur.