

Entre le Maroc et la Tunisie, le paradoxe du tourisme Algérien

Analyse comparative entre les pays du Maghreb central

Nawal CHEMMA *, Zina ARABECHE **, Saadia BENAHMAD ***

Reçu le : 03/03/2021

Accepté le : 01/06/2021

Publié le : 09/10/2021

Résumé :

Cette étude vise à combler ce manque en proposant une analyse détaillée des trois pays du Maghreb Central (Maroc, Algérie et Tunisie).

L'objectif de cette recherche étant de situer le tourisme Algérien par rapport aux autres pays du Maghreb (Tunisie et Maroc) afin de comprendre les freins de sa relance, surtout que ces trois pays étudiés renferment presque les mêmes potentialités touristiques. A cet effet, une analyse sectorielle longitudinale approfondie entre 1962 et 2019 a été menée entre les trois pays maghrébins, nous avons dressé un état de lieux synthétisant les principaux paramètres caractérisant le secteur de tourisme maghrébin, et examiner les résultats des efforts déployés depuis l'indépendance jusqu'à présent, ce qui nous a permis de déboucher vers un bilan explicatif des fondements qui empêchent le secteur du tourisme en Algérie de démarrer convenablement. Les principaux résultats de cette étude ont mis l'accent sur les points de blocage suivants ; d'abord la stratégie gouvernementale qui a retardé l'ouverture du secteur du tourisme au capital privé national et international. Ensuite, ce secteur est marginalisé en termes de plans de développement au profit d'autres secteurs, les investissements algériens ne présents qu'à peine 1% du nombre globale des projets réalisés, s'ajoute à cela des lenteurs administratives et qui peut aller jusqu'à parfois à la bureaucratie. Un plan d'action est proposé comme voie de discussion.

Mots clés : Tourisme, Algérie, Blocage, Maghreb, Relance.

Classification JEL : L83, O55, Z3, Z32.

ملخص : لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تحليل القطاع السياحي لدول المغرب الأوسط الثلاث (الجزائر، المغرب وتونس). لاحظنا أن هناك قلة الدراسات التي تناولت السياحة المغاربية. تهدف هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال دراسة تحليلية للقطاع السياحي لهاته الدول.

المهدف من هذه الدراسة هو تحديد واقع السياحة الجزائرية مقارنة بتونس والمغرب، وذلك من أجل استخراج الحواجز التي تعيق هذا القطاع من أجل دفع عجلة النمو، خاصة أن هذه البلدان الثلاثة تحتوي تقريبا على نفس الإمكانيات السياحية. لقد تم إجراء دراسة تحليلية معمقة للقطاع السياحي بين عامي : 1962-2019 بين بلدان المغرب العربي الثلاث، كما قمنا بإعداد قائمة جرد للمعايير الرئيسية التي تميز قطاع السياحة المغاربية، ودراسة نتائج الجهود المبذولة منذ الاستقلال حتى الآن، الأمر الذي سمح لنا بالتوصل إلى تقييم توضيحي شامل للأسباب التي تشكل عائقا لنمو القطاع السياحي الجزائري. تمثلت نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية : أولاً ،

* Université de Relizane, laboratoire GMFAMI, Algérie, nawal.chemma@cu-relizane.dz (Auteur correspondant)

** Université de Relizane, laboratoire LAPDEC, Algérie, zina.arabecche@cu-relizane.dz

*** Université de Relizane, laboratoire GMFAMI, Algérie, saadia.benahmed@cu-relizane.dz

استراتيجية الحكومة التي أخرجت انفتاح قطاع السياحة أمام رأس المال الخاص الوطني والدولي. ثانياً ، تم تهميش هذا القطاع من حيث خطط التنمية لصالح القطاعات الأخرى ، ولا تمثل الاستثمارات الجزائرية سوى 1٪ فقط من إجمالي عدد المشاريع المنفذة ، بالإضافة إلى التأخيرات الإدارية والتي يمكن أن تصل إلى حد " البيروقراطية في بعض الأحيان ". تم اقتراح خطة عمل من شأنها تحقيق الأهداف المسطرة.

الكلمات المفتاحية : السياحة ، الجزائر ، تونس ، المغرب ، الحواجز ، النمو .

تصنيف JEL : L83 ، O55 ، Z3 ، Z32.

Between Morocco and Tunisia, the paradox of Algerian tourism Comparative analysis between the countries of the Central Maghreb

Abstract

This study aims to fill this gap by proposing a detailed analysis of the three countries of the Central Maghreb (Morocco, Algeria and Tunisia).

The objective of this research is to situate Algerian tourism in relation to the other Maghreb countries (Tunisia and Morocco) in order to understand the brakes on its recovery, especially since these three countries studied contain almost the same tourism potential. To this end, an in-depth longitudinal sectoral analysis between 1962 and 2019 has been conducted between the three Maghreb countries, we have drawn up an inventory summarizing the main parameters characterizing the Maghreb tourism sector, and examine the results of the efforts made since independence until now, which has allowed us to lead to an explanatory assessment of the foundations that prevent the tourism sector in Algeria to start properly. The main results of this study have emphasized the following blocking points; firstly the governmental strategy which delayed the opening of the tourism sector to the national and international private capital. Then, this sector is marginalized in terms of development plans to the benefit of other sectors, the Algerian investments present only has hardly 1% of the global number of the realized projects, is added to that of the administrative slowness and which can go until sometimes to the bureaucracy. An action plan is proposed as a way of discussion.

Keywords : Tourism, Algeria, Blockage, Maghreb, Recovery.

JEL Classification : L83, O55, Z3, Z32.

1. Introduction

Malgré un potentiel touristique reconnu et la possession de plusieurs sites classés au Patrimoine mondial (vestiges romains, désert, thermalisme), l'Algérie n'a guère su transmettre l'image d'un pays à vocation touristique, pour se classer comme une région pouvant répondre aux exigences des touristes de tout bord. 95% des touristes en Algérie sont issues de la population, 10 à 15% sont des d'Algériens résidents à l'étranger ce qui montre que le tourisme en Algérie. est un tourisme national.

L'Algérie n'as pas la même position que ses pays voisins la Tunisie et le Maroc, les politiques touristiques nationales et leurs développements ont agi critiquement sur le processus d'évolution touristique du pays. Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, la Méditerranée est la première destination touristique au monde en termes de tourisme national et international, avec 350 millions de touristes internationaux, représentant 32,50 % de l'ensemble des touristes mondiaux en 2019. Au niveau des pays du sud-ouest de la Méditerranée, les nations qui tirent profit de cette conjoncture sont le Maroc et la Tunisie, elles figurent parmi les pays touristiques les plus demandés de la Méditerranée à

coté de l'Espagne, la France et la Turquie. Cependant l'Algérie n'est même pas entrée dans le marché du tourisme international.

D'après l'Office National du Tourisme Tunisien, la Tunisie a recueilli en 2019, 9.4 millions de touristes principalement des touristes maghrébins qui étaient au nombre de 4.934.826 à visiter la Tunisie l'année dernière, enregistrant une croissance de +15,5%. Les Algériens arrivent en tête avec 2.934.975 visiteurs (+7,6%), suivis par les Libyens avec 1.956.060 visiteurs soit une progression de +31,1%, les Algériens préfèrent partir en Tunisie, où il y a un meilleur rapport qualité prix. En outre, les hôtels et centres touristiques au niveau national sont vraiment loin des normes internationales d'hôtellerie (89 % des hôtels ne sont pas aux normes internationales) et manque d'infrastructures hôtelières.

Les trois pays étudiés possèdent presque les mêmes capacités touristiques, pourtant, l'Algérie est loin derrière la Tunisie et le Maroc. En effet, selon le bilan du tourisme publié par l'Organisation mondiale du Tourisme en 2019, sur 186 pays, l'Algérie est classé à la 186^{ème} position, loin derrière le Maroc (28^{ème}) et la Tunisie (49^{ème}) en terme de fréquentation touristique.

Notre problématique de recherche est de savoir : Comment s'explique-t-il ce paradoxe dans un pays aux potentialités incontestables ?

L'objet de notre étude est de mener une analyse comparative entre les trois pays du Maghreb (Algérie, Tunisie et Maroc), pour faire le bilan et montrer les fondements explicatifs qui entravent le secteur du tourisme en Algérie de se mettre sur les rails de développement.

De nature compréhensive, la démarche méthodologique est fondée sur une étude sectorielle approfondie. Dans notre cas, cette méthode est la mieux appropriée à notre recherche, car elle a permis de mieux cerner les enjeux du secteur du tourisme en Algérie à partir d'une analyse comparative avec les deux pays du Maghreb Central. Notre étude sectorielle longitudinale couvre la période 1962 à 2019. La méthode a consisté à recueillir les informations à travers de multiples sources de données (Yin, 1994). En effet, nous avons utilisé de nombreuses sources secondaires telles que : une recherche bibliographique variée et exhaustive sur le tourisme dans le Bassin Maghrébin, les articles/ouvrages, mémoires et thèses traitant de la problématique de la sous performance du secteur du tourisme en Algérie; les rapports d'activités des organismes publics Maghrébins du tourisme (Ministère de l'Aménagement du Territoire & du Tourisme et de l'Artisanat, Ministry of Tourism Tunisia, Ministère du Tourisme du Maroc...etc.); les rapports des organismes internationaux de tourisme (Organisation mondiale du tourisme, World Travel & Tourism Council ...etc.); les comptes rendus des offices Maghrebines des statistiques (Office Nationales des Statistiques, Office des Changes Royaume du Maroc, Haut-Commissariat au Plan...etc.); les communiqués des différentes agences Maghrébines (Agence nationale de développement et d'investissement, Direction de la Jeunesse et des Sports....etc.). En outre, les données statistiques des sites internet de tourisme et de voyage (Echo Touristique, TripAdvisor...etc.), les articles des presses internationales d'économie (Jeune Afrique économie et fiance, le figaro économie, Maghreb émergent, le 360 Afrique...etc.)

Pour mener à bien notre travail et répondre à notre problématique, nous avons structuré notre article en trois parties. La première partie est consacrée aux politiques touristiques des trois pays du Maghreb et la seconde à l'importance du tourisme dans l'économie maghrébine. La troisième partie traite les raisons générales qui entravent le

développement touristique dans le pays. Enfin, nous discutons des conditions à réunir pour faire du tourisme un vecteur de développement en Algérie.

2. Les politiques touristiques des trois pays du Maghreb:

Les différentes politiques gouvernementales conduites par le Maroc dès l'indépendance jusqu'à l'heure actuelle ont accordé une attention distinctive et significative à l'évolution du tourisme (Hillali, 1985, 2005, 2007). En effet, le pays a émané différentes politiques touristiques d'abord par la diversification du produit touristique (stratégies touristiques des années 1970 et 1980), ensuite de positionner le Maroc, entre un tourisme national et mondial (1980 et 2000), et le dernier stade a pour objectif de stimuler le développement d'un tourisme de qualité (2000 et 2013) (cf. tableau ci-dessous). Durant l'année 2018, le secteur touristique connaît une évolution considérable avec 73,15 milliards de dirhams avec une évolution annuelle de 10%, soit 8,3% du Produit Intérieur Brut (PIB) et représente 15,4% des recettes courantes (Organisation mondiale du tourisme, OMT). Juste derrière les transferts des habitants marocains à l'étranger qui s'estime à 22,4 MDh, se positionne le secteur de tourisme comme la source principale de devises d'après l'Office des Changes Royaume du Maroc (OCRM). Selon l'OMT le Maroc a occupé la 1^{ère} place des destinations touristiques en Afrique de 2017 jusqu'à 2019.

Ayant de faibles sources de recette en devises pour le financement de sa croissance économique, les pouvoirs publics tunisiens ont vite pris la mesure du gain qu'elles pouvaient tirer du développement du tourisme. Comme le montre le tableau ci-dessous, diverses stratégies de développement touristique ont été menées par la Tunisie depuis son indépendance pour promouvoir le marché local. En 1969, le Code d'incitation aux investissements a étendu au secteur touristique la conquête de plusieurs gains, particulièrement fiscaux, au préalable destinés au seul secteur industriel (Wilmots, 2003). Dès les années 1970, la Tunisie a suivi le modèle libéral. L'économie de marché pour le tourisme est une détermination étatique d'exploiter ces ressources touristiques pour séduire les touristes et les devises, et d'ouvrir aux visiteurs et voyageurs européens le marché touristique tunisien (Ben Romdane, 2007). Le développement de ce secteur s'est ensuite orienté principalement vers la diversification du produit touristique (1970- 1990). (1990- 2013) Cette étape s'est caractérisée par des nouvelles stratégies touristiques qui s'est basées sur : l'étalement de la saison touristique grâce à la réalisation de station balnéaire intégrée (tourisme d'été et d'hiver), la diversification des marchés avec un objectif spécifique pour les touristes arabe et les touristes lointains (l'Algérie et la Libye et les pays du golfe et l'Arabie Saoudite) (Bergaoui, 2003; Chaponnière & Lautier, 2005).

Toutes ces politiques conduites jusqu'à l'heure actuelle ont participé davantage au développement du tourisme, ce qui a mené à son tour au développement des autres secteurs liés, tels que le transport aérien et l'artisanat. En Algérie, le tourisme est écarté au second plan : 1,4 % seulement des investissements publics lui sont consacrés durant le II^{ème} plan quadriennal 1973-1977, part plus faible que celle du 1^{er} plan (2,5 %). Les investissements du 1^{er} plan 1970-1973 représentaient 700 millions (Office National des Statistiques, ONS). En 1973 le pétrole a fourni à lui seul 95 % de la valeur des exportations et 50 % du Produit Intérieur Brut. Les autorités songent qu'il est risqué de focaliser ses efforts sur l'activité touristique sujette à la conjoncture politique (témoins Cuba en 1962, Chypre en 1974) ou économique (baisse des entrées de touristes depuis la crise économique de 1973 dans les pays méditerranéens) (Widmann, 1976).

Durant la mise en place des premières restructurations, le compte rendu sur le tourisme a dévoilé la déficience du secteur en terme d'infrastructures d'accueil et montre nettement les faiblesses de la charte nationale de 1986. Pendant les premières années de l'an 2000, l'année de la redynamisation touristique, le tourisme n'est plus vu comme un secteur "auxiliaire" mais plutôt comme une industrie alternative de "l'ère post-pétrolière". En effet, la stratégie gouvernementale a administré différents textes législatifs au profit du secteur touristique (Troin, 2006).

L'amélioration des conditions sécuritaires s'est déjà traduite par un accroissement de l'activité touristique. Les données fournies par le Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat (MATTA), montrent qu'au premier semestre 2000, le chiffre d'affaires de la branche tourisme est en augmentation de 26% par rapport à la même période de l'année 1999, et la valeur ajoutée quant à elle s'est accrue de 31%.

L'Algérie a élaboré et adopté, en 2008, le Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique « SDAT 2025 ». Le SDAT a pour objectif de donner une forte impulsion au tourisme qui consiste en premier à délimiter les zones d'expansion touristique (ZET) à travers tout le territoire national et à lancer un programme de financement d'études, d'aménagement du foncier touristique. Un Plan Qualité Tourisme Algérie a été adopté par le gouvernement à la fin de l'année 2010, mais seulement 10% des structures touristiques en Algérie ont adhéré à ce programme (MATTA). Cependant, le tableau qui suit permet de faire une analyse comparative entre les différentes politiques menées par les pouvoirs publics des trois pays, fait apparaître deux points primordiaux :

a. Le Maroc et la Tunisie ont compris assez tôt que l'Etat ne peut à lui seul gérer ce secteur aux dépens des autres secteurs économiques créateurs d'emplois (agriculture et industrie surtout). On assiste donc à l'ouverture du tourisme au capital privé, juste après leur indépendance. Par contre, l'Algérie n'a emboîté le pas à ses voisins que dans les années 1980, l'année de la libération de l'économie algérienne.

b. La Tunisie et le Maroc se sont engagés dès leur indépendance à faire du tourisme une priorité nationale dans les différents plans de développement, ce qui n'est pas le cas pour l'Algérie où ce secteur est marginalisé au profit d'autres secteurs.

L'incohérence de la politique touristique et l'insuffisance totales des efforts étatiques réservées à ce secteur a fait que les politiques touristiques adoptées par l'Algérie à ce jour n'ont pas donné lieu à des résultats probants comparés à celles des pays voisins, qui est le Maroc et la Tunisie. L'Algérie reste la dernière destination touristique dans le Maghreb, elle est pourtant la première région à grand potentiel touristique parmi les pays maghrébains.

Tableau (1): Synthèses des politiques touristiques maghrébines menées depuis l'indépendance

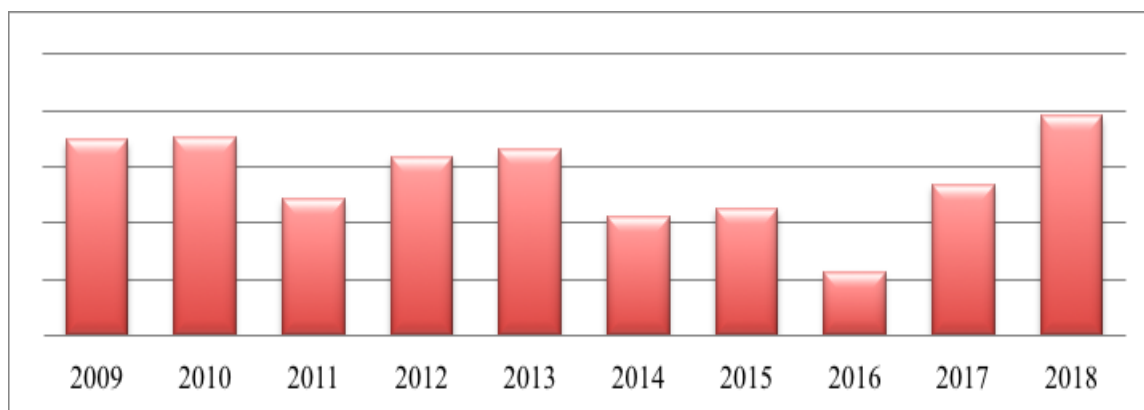
Pays	Maroc	Tunisie	Algérie
Périodes			
1965-1967	Investissements massifs de l'Etat (6,4% du budget, comparativement à 1,4% lors du plan précédent)	- Accroître la capacité d'hébergement de touristes au moindre coût - Positionner l'offre tunisienne sur le tourisme	- Une remise en ordre s'applique et l'administration d'une charte du tourisme. - La mise en œuvre par le gouvernement d'importants

		balnéaire de masse.	ensembles touristiques installés notamment sur le littoral.
1968-1972	- l'achèvement d'importants travaux d'aménagement, d'infrastructures et d'équipements (autoroutes, aérodromes etc.). - Implantation des zones d'aménagement prioritaires (ZAP). Six aires touristiques ont été prises en considération.	- Appropriation gouvernemental d'un modèle libéral pour le secteur touristique - Attribution au secteur touristique, à travers le code d'incitation aux investissements, plusieurs avantages, notamment fiscaux, auparavant réservés au seul secteur industriel.	- Une révision à la baisse des objectifs dans le plan précédent. - L'encouragement des initiatives privées.
1973 - 1980	- Adoption d'un tourisme de masse, moderniser le transport à grande capacité - Bien aménagés les foyers de loisirs, et ce, avec une attention particulière afin de les bien rentabiliser.	- Implantation de l'Agence Foncière Touristique afin d'installer de nouvelles aires touristiques au niveau de littorale. - La prise en charge par L'Etat des infrastructures et l'octroie d'importants avantages aux promoteurs.	- Le tourisme est délaissé au profit du secteur industriel, et ce, afin de garantir l'indépendance économique (43 % des investissements ont été destiné à l'industrialisation).
1988-1992	- Réalisation des infrastructure par les pouvoirs publics (eau, électricité, réseau routier, télécommunications) au profit des zones rurales. - Des formes de tourisme nouvelles ont été crée (tourisme rural, culture et histoire... etc).	- L'agencement et la transformation des espaces verts dans les régions touristiques. - La mise en place des installations par les autorités gouvernementales (route, aéroports, métro, ports, autoroutes...etc.), - Adoption des stratégies pour encourager la diversification des produits touristiques.	- Promulgation des textes législatifs et réglementaires pour marquer la transition vers l'économie de marché.
2000 - 2017	- Déclenchement d'une dynamique de développement d'un tourisme de qualité : la diversification du produit, le renforcement de la formation, la libéralisation de l'aérien, le développement du marketing, l'amélioration de l'environnement touristique, etc.	- Lancement d'un programme de mise à niveau du tourisme, financé par la Banque mondiale. - Favoriser le développement d'un tourisme de masse très concurrentiel en terme de prix sur le marché mondial (le dinar Tunisien reste très compétitif par rapport à l'euro).	- Une batterie de textes législatifs est créée en faveur d'un développement durable du secteur touristique - Application du « SDAT » Schéma de Développement et d'Aménagement année 2025, élément constitutif du programme National de Développement.

Source: synthèse des auteurs à partir des données de: MATTA; Office National Algérien de Tourisme (ONAT); Ministry of Tourism Tunisia (MTT), Office National Marocain de Tourisme (ONMT).

3. L'importance du tourisme dans l'économie maghrébine

Le secteur de tourisme est l'un des plus dynamiques de l'économie de la Tunisie et il constitue la seconde source de devises pour le pays. Ce secteur a un impact sur d'autres secteurs économiques, comme : le commerce, le transport, l'artisanat, les communications et le bâtiment. D'après les statistiques de la banque centrale de Tunisie, pour 2015 et 2016, les exportations de marchandises représentent 65% des recettes en devises et le tourisme représente une moyenne de 11,5% pour les mêmes années.



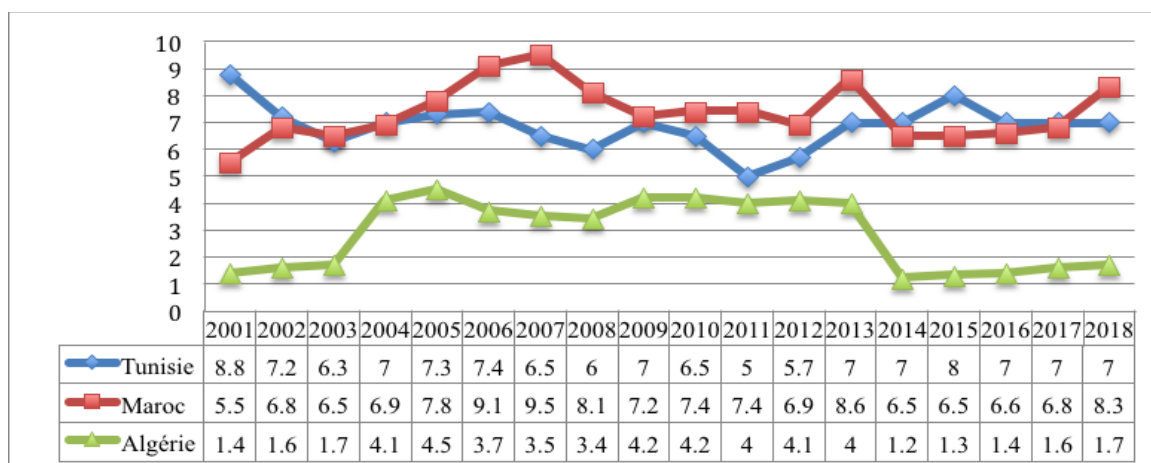
Source : Elaboration par nos soins à partir des données de : Office National du Tourisme Tunisien (l'ONTT) ; Ministry of Tourism Tunisia (MTT) ; Banque Centrale Tunisien (BCT).

Figure (1) : Evolution des recettes du tourisme Tunisien entre (2009-2018) en milliards de dinars.

La banque centrale de Tunisie indique que le tourisme Tunisien pour l'année 2019 a contribué à 14% au PIB l'équivalent de 5.6 de milliards de dinars tunisiens, soit 1.7 milliard d'euros, en progression de 1,7 milliard de dinars (+21,4%) par rapport à 2018, en euro, elles s'élèvent à 300 millions d'euros (+43.5%). Comme le montre la figure 2, en 2018, le secteur du tourisme contribue à hauteur de 7% au PIB, 3.9 milliards de dinars tunisiens, soit 1,4 milliard d'euros de recettes tourisme (cf.fig.1). Selon World Travel & Tourism Council le secteur du tourisme emploie environ 373500 personnes en 2019 (cf.fig.7), il participe à hauteur de 10.8% à l'emploi total (cf.fig.6). En général, pour la même année, l'Office national tunisien du tourisme tunisien (ONTT) affirme que le pays a reçu 9.4 millions de touristes contre 8,3 millions en 2018 en progression de +13,2%, principalement des touristes maghrébins qui étaient au nombre de 4.934.826 à visiter la Tunisie l'année dernière, enregistrant une croissance de +15,5%. Les Algériens arrivent en tête avec 2.934.975 visiteurs (+7,6%), suivis par les Libyens avec 1.956.060 visiteurs soit une progression de +31,1%. La Tunisie a accueilli 7 millions de touristes en 2017 et 6 millions en 2016 (voir fig. 6), soit d'un taux de 16.66% d'évolution par rapport à l'année 2017 et de 245% par rapport à 2016.

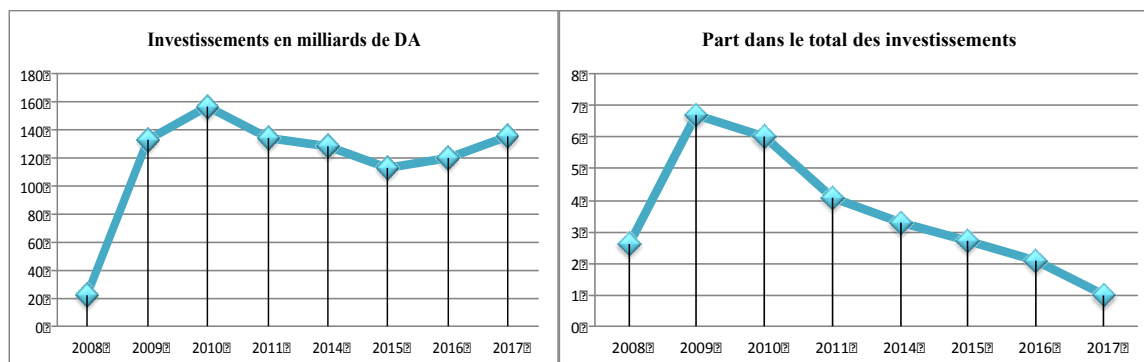
Le dernier baromètre de la fédération des agences des voyages française en 2018 dévoile que la Tunisie fait partie des 5 top destinations préférées des Français, en troisième position, devançant le Maroc. Traditionnellement accueillant et francophone, le pays s'est spécialisé dans le tourisme balnéaire de masse.

En revanche, selon l'Office National du Tourisme Tunisien, la contribution du tourisme à la balance des paiements confirme le recul du secteur en tant que pourvoyeur de l'économie nationale en devises internationales. Dans l'ensemble, c'est le tourisme qui semble sur la période considérée avoir connu le plus faible taux de croissance avec 8% par an contre 12% pour les exportations de biens, 13% pour les transports et 9% pour les transferts des revenus des travailleurs émigrés.



Source : Elaboration à partir de: ONS; MATTA, 2011 ; World Travel & Tourism Council (WTTC), 2014 ; ONTT, 2016 ; Ministère du Tourisme du Maroc (MTM), 2017 ; Haut-Commissariat au Plan (HCP), 2019 ; Echo Touristique, 2019.

Figure (2) : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB en% dans les trois pays.



Source : Elaboration par les auteurs à partir des données de : MATTA; Agence nationale de développement et d'investissement (ANDI), 2018

Figure (3) : Evolution des investissements publics Algériennes dans le secteur du tourisme.

Le Maroc est incontestablement une destination touristique par excellence. En effet, le site de planification et de réservation de voyages TripAdvisor, classe en 2018 le royaume en 5^{ème} parmi les destinations d'excellence au monde. Le tourisme été l'un des leviers prioritaires de développement socio-économique au Maroc, et ce, avant et après son indépendance.

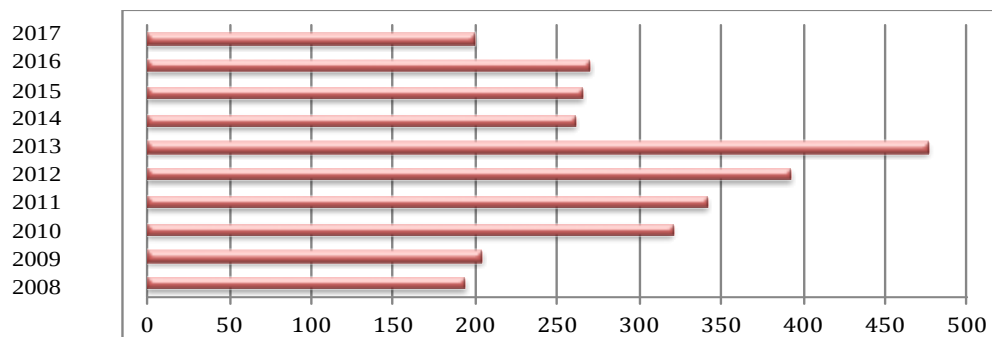
World Travel & Tourism Council montre qu'en 2019, le Maroc a accueilli 13 millions de visiteurs (cf.fig. n°5), affichant une progression de 8,33%, avec un PIB équivalent à 12% en croissance de +44.5%. Comme le met en évidence la figure 6, avec plus de 12 millions de touristes en 2018, l'activité du tourisme, dont la contribution au PIB s'élève à 8,3% (cf.fig. n°2), est l'un des principaux moteurs de la croissance économique. Le tourisme occupe la seconde place derrière les transferts de habitants marocains à l'étranger et devant les bénéfices de commerce phosphate. C'est la seconde source de devises du pays.

Contrairement à nos pays voisins, en Algérie les bénéfices des hydrocarbures sont à 95% et constituent le pilier de l'économie nationale, le secteur de tourisme n'occupe qu'une place marginale à la richesse algérienne.

Du budget global, uniquement 2,6% et 1,3% ont été alloués au secteur du tourisme en 2008 et 2017 (cf. figure ci-dessous).

En dépit de l'accroissement des entrées touristiques ces dernières années 2010-2017, (voir fig.6), entre les dépenses touristiques à l'étranger et les devises générées par les flux des touristes mondiaux, la balance de paiement demeure continuellement négative. La stratégie touristique impliquée ne permet pas de garder les touristes locaux par l'insuffisance d'infrastructures abordables et contemporaines. Cela indique que l'Algérie est un pays émetteur de touristes. Les pays qui profitent de cette situation sont la Tunisie pour la majorité des touristes algériens, le Maroc et nouvellement la Turquie, en plus de certains pays d'Europe.

Nous remarquons qu'entre 2003 et 2017 le nombre d'emplois a été multiplié par 2 (cf. fig. ci-dessous), d'après WTTC, en 2019 le secteur de tourisme en Algérie emploie 647700 personnes soit 6% de l'emploi total, cela reste complètement faible comparé à la Tunisie et le Maroc où le taux de contribution s'élève successivement à 10.8% et 12.4% de l'emploi total des deux pays (voir fig.7).



Source : Elaboration par nos soins à partir des données de : ONS, ANDI, Agence Ecofin, 2019.

Figure (4) : Evolution de l'emploi en Algérie dans le secteur du tourisme de 2008-2017.

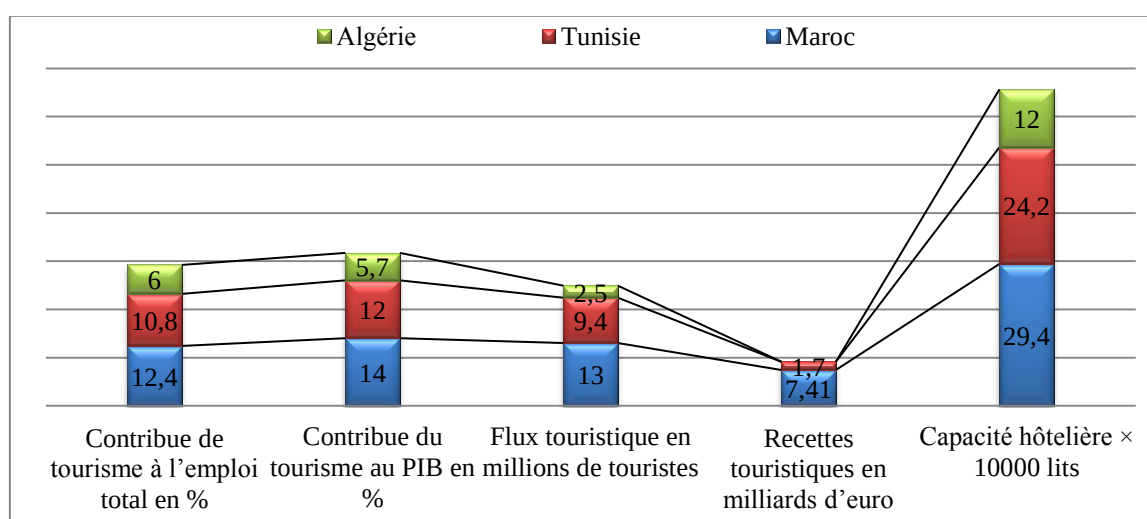
Cela explique aussi l'intérêt que revêtent les activités touristiques pour absorber une partie du chômage qui touche une grande partie de la population (11.42% en 2019 d'après l'Office National des Statistiques).

4. Bilan, Analyse et discussion

La réussite de la politique touristique en Tunisie et au Maroc est le résultat des efforts consentis par les autorités publics dès leur indépendance pour assoir les établissements habiles de prendre en charge l'avenir de ce secteur devenu stratégique au fil du temps. Le gouvernement de ces deux pays ont fait du tourisme une de leurs priorités en positionnant ce secteur au centre de leurs stratégie de développement économique.

L'Algérie se trouve loin derrière le Maroc et la Tunisie qui sont devenu deux importantes destinations touristiques au Maghreb. Effectivement, à l'opposé de la Tunisie qui a opté pour un tourisme de masse et qui est aussi une destination meilleur marché, le Maroc se distingue comme une destination balnéaire de qualité.

Le tourisme en Tunisie occupe une part importante dans le PIB (5.7 % en 2012 et 14% en 2019). Les recettes totales courantes sont multipliées par 2 et les recettes touristiques ont enregistré un taux de croissance de 83% entre 2013-2018 (voir la fig.6). Ce progrès vélocé est encouragé par l'implication gouvernementale depuis l'indépendance pour le développement du tourisme, qui occupe déjà une place de choix dans les différentes politiques de développement. D'ailleurs, en 1959 le gouvernement a créé la première entreprise, et en 1962 elle demeure la principale société dans ce secteur avec 90% de la capacité d'hébergement de 74 unités touristiques en 1962 à 866 unités en 2011 et de 4000 lits à 294 000 en 2019. (Belhedi, 1999; Duterme, 2006; Najem, 2010; Wearing, 2001).



Source : Elaboration à partir de: WTTC, la banque centrale de Tunisie, l'observatoire du tourisme marocain.

Figure (5) : Indices économiques majeurs du secteur de tourisme dans les trois pays du Maghreb central pour l'année 2019.

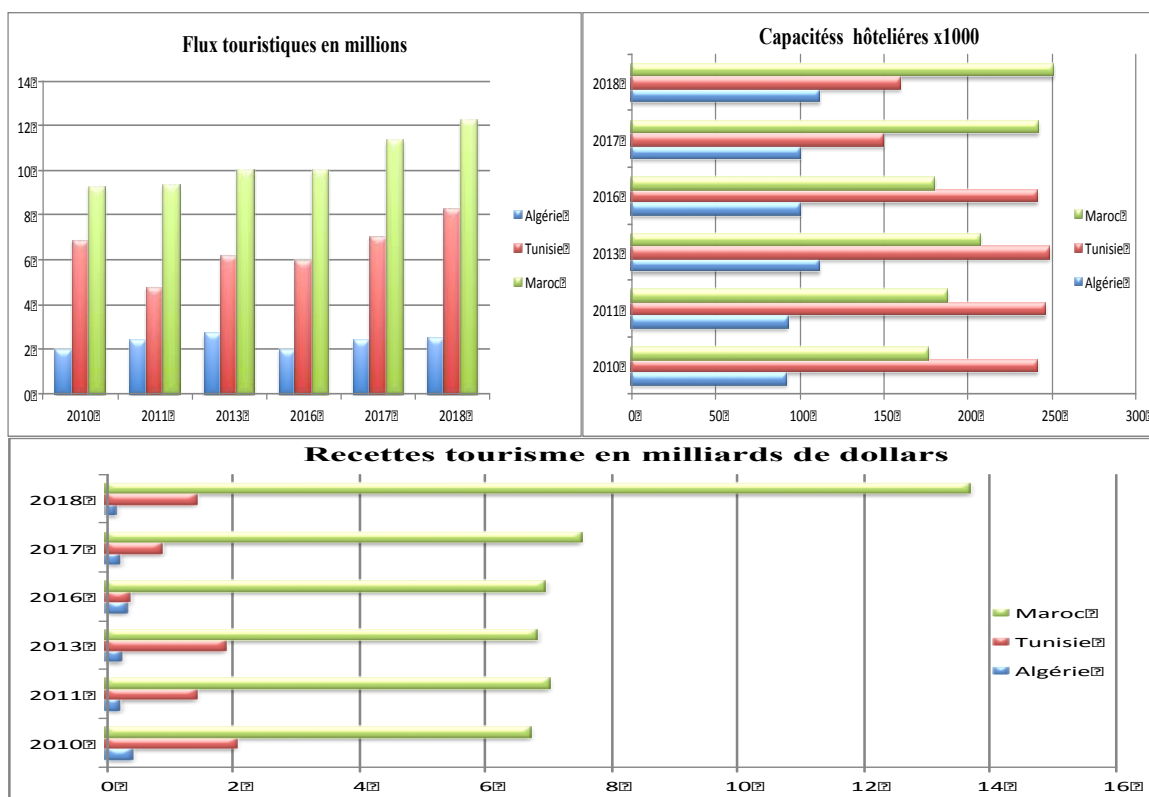
La figure 5 montre qu'en 2019, la Tunisie a reçu 9.4 millions de touristes, et 8.3 en 2018 soit une progression de 32% par rapport à l'année 2013 (cf. figure ci-dessus). Cette progression montre que le tourisme tunisien reprend sa place, malgré les événements qui ont touché le pays en 2011.

Il est de même pour le Maroc, où le secteur participe fortement dans le développement économique, représente environ 14% du PIB et participe à 1336600 emplois directs soit 12.4% de l'emploi dans l'ensemble de l'économie (WTTC).

L'observatoire du tourisme marocain indique que les recettes touristiques, ont atteint les 78,6 milliards de dirhams (7,41 milliards d'euros), contre 73,04 milliards de dirhams (6,89 milliards d'euros) en 2018, soit une croissance de +7,7%. Ces gains dérivent essentiellement du tourisme récepteur (touristes non-résidents : étrangers et Marocains résidents à l'étranger en visite au Maroc), découlant particulièrement de l'Italie (+15%), de l'Allemagne (+10%), de la France (+8%), et de l'Espagne (+6%). Pour les hôtellerie classée qui sont au nombre de 222 hôtels, la capacité d'hébergement a initié a 28 623 lits pendant les années 1970-1979, pour arriver a une capacité de 52 662 lits en 1979, à savoir une évolution total de 24 039 lits (MTM).

Malgré la variété de son paysage, l'Algérie n'a guère su transmettre l'image d'un pays à vocation touristique, pour se classer comme une région pouvant répondre aux exigences des touristes de tout bord comme le font nos deux pays voisins. 95% des touristes en Algérie sont issues de la population, 10 à 15% sont des d'Algériens résidents à l'étranger ce qui nous amène a conclure que le tourisme en Algérie est un tourisme national.

En terme de fréquentation touristique, loin derrière la Tunisie et le Maroc, sur 186 pays, l'Algérie est classé à la 186^{ème} position, loin derrière le Maroc (28^{ème}) et la Tunisie (49^{ème}) (Le bilan du tourisme publié par l'Organisation mondiale du Tourisme, 2019)



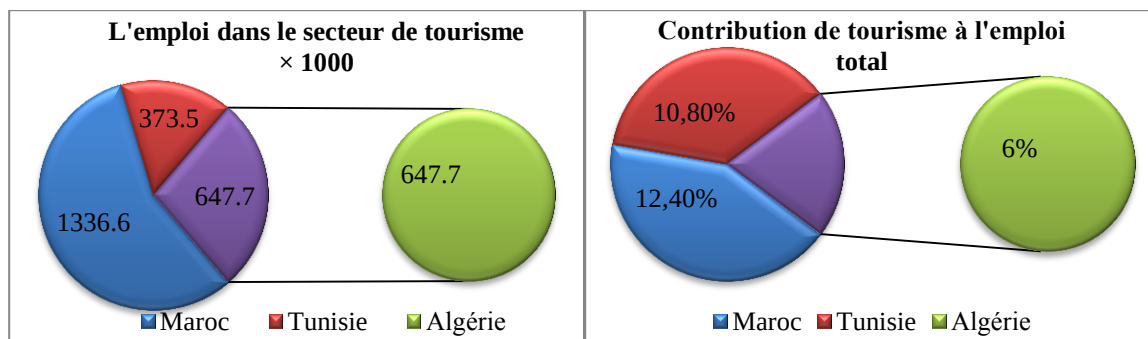
Source : Elaboration par nos soins à partir des données de : BCT, MATTA, ONS ; MTM ; OCRM ; MATTA ; statistique Tunisie (ISN), 2019 ; Echo Touristique, 2019.

Figure (6) : L'évolution des principaux indicateurs touristiques des trois pays du Maghreb 2010-2018.

Dans la figure au dessus, nous montrons les différents indicateurs touristiques pour chaque pays du Maghreb pour les années 2010-2018. En 2000, les flux touristique algériens sont à 1.7% des flux touristique Tunisien et de 2% de ceux du Maroc. Pour l'année 2017, l'Algérie a enregistré une croissance en terme du flux touristique de 20,38% par rapport au Maroc et de 30 % par rapport à la Tunisie.

En 2019, l'Algérie demeure à la traine avec 2,5 millions de touristes contre 9,4 millions pour la Tunisie et 13 millions pour le Maroc, 2 018 753 d'étrangers ont visité l'Algérie en 2018, soit une progression de 23,88 %. On retiendra que les tunisiens viennent en tête des touristes qui ont visité l'Algérie qui sont au nombre de 62.48%, suivis des Français avec 11%, et les marocains vient en dernier lieux avec 4% (MTA). D'après le World Travel & Tourism Council le secteur ne contribue à peine à 5.7% du PIB, si on le compare avec le Maroc et la Tunisie où le taux de contribution est atteint successivement les 12% et 14% (voir.fig.5).

Comme le met en évidence la figure n°6, en terme des capacités hôtelières, en 2018 la Tunisie possède 1.5 fois plus et le Maroc 2 fois plus des capacités en lits de l'Algérie. En terme des performances des flux touristiques et les capacités en nombre de lits, nous constatons que les deux voisins maghrébins sont bien loin devant l'Algérie.



Source : Elaboration à partir de: WTTC.

Figure (7) : La contribution du secteur de tourisme dans l'emploi dans les trois pays du Maghreb central en 2019.

Le nombre de touristes internationaux qui ont été accueillis en méditerranée, en 2019 ont atteint 350 millions, ce qui présente 32,50% du total international, et ce, en dépit des retombés négatives des révolutions arabes et la crise européenne (OMT). Au niveau des pays du sud-ouest de la Méditerranée, les nations qui tirent profit de cette conjoncture sont le Maroc et la Tunisie, elles figurent parmi les pays touristiques les plus demandés de la Méditerranée à coté de l'Espagne, la France et la Turquie. Cependant l'Algérie n'est même pas entrée dans le marché du tourisme international.

Ces résultats reflètent les limites voir l'échecs des objectifs Algériennes assignés dans les différents programmes de relance, et comme le mets en évidence le tableau suivant, qui met en lumière le bilan des programmes nationaux, où nous constatons que le niveau d'achèvement de l'ensembles des lit programmés est extrêmement en dehors des objectifs assignés. Le plan quadriennal de 1970-1973 est le seul plan ou le taux de

réalisation a atteint les 64% du global des lits planifiés pour les plans de l'économie planifiée, dans le cadre de référence de la nouvelle politique touristique en Algérie, la période de (1990-1999) est l'unique période qui a réalisé le meilleur taux estimé à 52% dans le cadre du programme du schéma directeur d'aménagement touristique à l'horizon 2025 (SDAT 2025) (ou il fut de 120 % pour l'agriculture et de 142 % pour l'industrie), le reste des projets sont loin des but assignés. Différents éléments justifie ce résultat : l'Algérie a fait le choix industrielle comme un pilier pour son économie au détriment du secteur touristique (54% des investissements lui sont consacrés de 1967 à 2020).

Tableau (2): Bilan des programmes Etatiques Algériens

Plans	Nombre de lits programmés	Nombre de lits réalisés	Taux de réalisation	Montants alloués au secteur (Milliards de DA)	Part en valeur relative (%) par rapport au total des investissements
Triennal 1967- 1969	11610	2576	22%	0,34	3,75
Premier quadriennal 1970-1973	10696	6806	64%	0,70	2,52
Deuxième quadriennal 1974-1977	25000	8860	35%	1,5	1,36
1er plan quinquennal 1980-1989	32362	19956	62%	3.4	0.009
le deuxième plan quinquennal: 1985-1989	100600	48302	48%	1.8	/
Période (1990-1999)	108000	67087	62%	61	4%
Période (2000-2011)	118000	72600	61%	/	0.76%
Période (2011-2020)	250 500	130000	52%	12.44	/
Total des plans (1969-2020)	656768	356187	54%	/	/

Source : Elaboration à partir de: Ministère du Tourisme Algérien, de l'artisanat et du travail familial (MTA), Boukhezer (2013) ; Idir (2013).

Actuellement les infrastructures hôtelières en Algérie sont réparties uniquement dans les villes et quelques sites touristiques, généralement pas éloignés de celles-ci. En 2017, selon la Direction de la Jeunesse et des Sports (DJS), les auberges de jeunesse recensées ne dépassent guère les 123 établissements et sont mal entretenues, malgré leur importance pour une certaine clientèle.

Malgré que l'Algérie détienne plusieurs sites classés au Patrimoine mondial comme le cas de Sahara, et une demande touristiques croissante pendant ces dernières années, l'insuffisance des investissements en terme d'hébergement a impacté négativement le secteur de tourisme. Les suites d'hôtels et les complexes touristiques nouvellement créés depuis 2017 à nos jours comme AZ hôtels, Zina Beach, complexe Safir...etc. situées tout au long des littoraux Algériens sont inabordable en terme de prix ,que ce soit, pour les

touristes locaux et étrangers, C'est pourquoi les Algériens préfèrent partir à l'étrangers notamment la Tunisie et la Turquie, où il y a un meilleur rapport qualité prix. En outre, ces hôtels et centres touristiques sont vraiment loin des normes internationales d'hôtellerie (89 % des hôtels ne sont pas aux normes internationales) et manque d'infrastructures hôtelières.

Toutes les politiques touristiques engagées n'ont pu désamorcer les blocages que subit le secteur du tourisme, bien que des assises nationales du tourisme soient organisées depuis février 2008, avec la participation des professionnels venus de toute l'Algérie et des pays touristiques européens, l'environnement politique, économique et social n'est pas encore favorable pour mettre sur les rails le développement du tourisme. La déficience des principaux indicateurs touristiques mise en exergue dans les figures 5 et 6 confirme nos analyses. Plusieurs points freinent le développement du tourisme et qu'ont peut les présenter comme ainsi:

- Le parc hôtelier existant est vétuste, pour ne pas dire non conforme aux normes appliquées dans les pays voisins.
- Les règlements et les lois sont mal appliqués et la branche voyage est investie par des affairistes-commerçants de tout bord qui n'ont rien avoir avec l'activité touristique et qui ne se soucient ni de la qualité du service offert, ni des attentes des clients-touristes, mais s'occupent uniquement d'un tourisme émetteur très rentable.
- Même le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) est une copie des stratégies adoptées par certains pays touristiques, pouvant ne pas répondre à la réalité algérienne en matière de tourisme.
- Un autre frein, qui demande plusieurs années pour disparaître, est l'acceptation du tourisme par les populations. D'autres freins sont liés directement aux politiques fiscales, l'accès au foncier, ou l'assistance administrative aux investisseurs.
- Absence d'un personnel qualifié : le problème du déficit en matière de personnel qualifié est aussi un frein pour le développement du tourisme. La plupart des établissements de formation hôtelière ont disparu (il ne reste actuellement que l'école de Tizi-Ouzou au Centre du pays et Boussaâda au Sud du pays).
- Faiblesse du marketing touristique : le développement de la technologie électronique est un aspect important pour rendre attractif les flux touristiques (Bédard, et al., 2002, 2004; Bédard & Kadri, 2007).
- S'ajoute à cela d'autres freins comme : la propreté des lieux publics, sites touristiques non protégés, environnement complètement dégradé.

5. Conclusion :

Le contraste entre les politiques touristiques engagées par les trois pays du Maghreb se constate à travers les flux touristiques internationaux qui, depuis 2000 jusqu'à 2019, sont en net progression pour la Tunisie et le Maroc (5 millions en 2000 à 9.4 millions en 2019 pour la Tunisie et de 4 millions en 2000 à 13 millions en 2019 pour le Maroc). Par contre, l'Algérie en 2019 n'a guère dépassé le seuil des trois millions de touristes (8500 en 2000 et 2,5 millions en 2019). En terme de capacité hôtelière pour l'année 2019, l'Algérie est loin derrière, avec moins de 40% de la capacité hôtelière du Maroc et 50% de celle de la Tunisie.

Cette crise touristique se justifie par multiples raisons mises en évidence dans cette recherche. Cependant, les résultats de notre étude ont permis de mettre en exergue les principaux points de blocage suivants:

- Le décalage touristique entre l'Algérie et ses voisins maghrébins est dû à la stratégie gouvernementale menée dès les années de l'indépendance jusqu'à l'heure actuelle, où le secteur de tourisme était dirigé par les pouvoirs publics. Ce n'est que récemment, avec la promulgation de l'ordonnance n°01-04 du 20 août 2001, que le secteur privé a pu investir dans ce domaine. Le Maroc et la Tunisie ont bien compris la part des recettes engendrées par le tourisme dans le produit intérieur brut (12% en Tunisie, 14% au Maroc), et ont ouvert leur tourisme au capital privé national et international tôt, d'abord européens (France, Espagne) puis de plus en plus des Emirats arabes et de l'Arabie saoudite, depuis peu de temps, même les marocains et les tunisiens ont investis massivement dans des projets d'infrastructure de base, alors que les investissements algériens ne présents qu'à peine 1% du nombre globale des projets réalisés (58% transport et 18% Bâtiment Travaux Publics et Hydrauliques) (Agence nationale de développement et d'investissement, 2017).

- L'ensemble des lois administrées par l'Etat et les incitations menées par les autorités gouvernementales afin de redynamiser le secteur touristique n'ont pas abouti aux objectifs assignés, le secteur souffre des obstacles financiers pour alimenter les investissements, et des lenteurs administratives et qui peut aller jusqu'à parfois à la bureaucratie. La plupart des investisseurs potentiels réclament l'allégement des procédures administratives et la réduction du temps pour l'étude des dossiers.

Propositions et model à suivre :

Selon notre méta-analyse et afin d'atténuer la problématique de la sous performance du secteur de tourisme, et d'attribuer à ce secteur sa position réelle dans l'économie Algérienne il est indispensable, de mettre fin à l'ensemble des points qui freinent ce secteur, en menant une stratégie touristique transparente fondée sur la bonne gouvernance. Cela commence par :

- une décentralisation des décisions relatives aux activités touristiques qui doit être émaner de la base qui détient tous les dossiers fonciers, urbains et autres, et qui connaît très bien les spécificités de chaque région et quel genre de tourisme il est possible de développer.

- Ainsi, les agences de voyage doivent jouer leur rôle, et ne pas se concentrer uniquement sur les actions rentables comme les voyages vers des lieux saints.

- Par ailleurs, il ne suffit pas de mettre en place durant la saison estivale des barrages de gendarmerie ou de police au niveau des accès menant aux différentes Zones d'Expansion Touristique (ZET), il faut un contrôle permanent durant l'année par l'implantation de brigades spécialisées. La surveillance par caméras des lieux sensibles est une opération qui peut limiter certaines infractions. En Tunisie, la station balnéaire Hammamet Yasmin est couverte totalement par des caméras de surveillance.

- Ainsi, notre étude nous a permis de mettre en avant le fait qu'en 2019, Selon l'Office national du tourisme tunisien (ONTT), près des tiers presque 3 millions de touristes Algériens sont rendus en Tunisie, soit une progression de 7,6% par rapport à l'année 2018, le nombre de touristes algériens en Tunisie a triplé depuis 2016 il n'était que de 1,6 million, les visiteurs Algériens demeurent en tête du classement des touristes qui visitent la Tunisie, contre 1,3 million Tunisiens ayant choisi l'Algérie. Le tourisme devient progressivement un pilier dans les relations économiques bilatérales entre les deux pays. Partant de cet record, il est impératif de mettre l'accent sur la nécessité de réunir tous les moyens et toutes les conditions nécessaires pour la réussite d'un partenariat Algérien-tunisien gagnant-gagnant.

Enfin, la valeur de cette étude réside dans le fait, que les analyses comparatives dans le bassin maghrébin dans le secteur du tourisme reste encore très mal connu et les travaux de recherche incomplets. L'objectif justement de cette étude est de permettre de compléter les connaissances existantes et d'apporter de nouveau afin d'ouvrir la voie à des investigations futures.

Pour la contribution managériale, cette recherche répond à l'absence de référence sur laquelle les managers peuvent s'appuyer, dans la mesure où le peu de recherches existantes antérieures et actuelles sont caractérisées exagérément par un manque d'actualisation des données et des statistiques. Dans ce sens, cette recherche constitue une référence pour les praticiens et les observateurs de ce secteur.

Nous invitons les recherches futures à poursuivre leurs investigations à partir des analyses comparatives avec d'autres pays qui sont similaires en terme de potentialités touristiques que celle de l'Algérie, pour aider à mieux comprendre les vulnérabilités affectant négativement les performances du secteur touristique en Algérie et de cerner et décrypter les raisons de blocage de sa relance afin de participer à la proposition d'une politique touristique alternative meilleure.

References

- Agence nationale de développement et d'investissement, <http://www.mdipi.gov.dz/?Agence-Nationale-de-Developpement>.
- Ambassade de France en Tunisie service économique régional, 2018, <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/TN>
- Agence Ecofin, <https://www.agenceecofin.com/>
- Banque Mondiale, <https://www.banquemondiale.org/>.
- Banque centrale de Tunisie, <https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/index.jsp>.
- Bedard, F. & Kadri, B. (2004). « Les technologies de l'information comme facteur d'autonomie des destinations touristiques du Sud ». *Téoros*, 23(2), 77-80.
- Bedard, F. & Kadri, B. (2007). « Technologie et destination : quelques initiatives visant à réduire la fracture numérique ». *Téoros*, (23) 2, 77-80.
- Bedard, F., Kadri, B. & Laliberte, M. (2002). « Systèmes de gestion de destination dans les pays en développement ». *Revue Tedqual*, 5, 77-80.
- Belhedi, A. (1999). « Les disparités spatiales en Tunisie, état des lieux et enjeux ». *In: Méditerranée*, 91(2), 63-72.
- Ben Romdhane, M. (2007). « Trade and development strategies: The case of Tunisia ». *Work in progress*, 53, 5-42.
- Bergaoui, M. (2003). *Tourisme et voyages en Tunisie : Le temps des pionniers (1956-1973)*. *Simpact*. Tunis.
- Boukhezer H. N. (2013). « Libéralisation financière et effet sur l'investissement en Algérie », *Mondes en développement*, 2, 162, 131-146.
- Chaponniere, J.R. & Lautier, M. (2005). *La Tunisie et le marché euro-méditerranéen du tourisme*. Document de travail 7, Agence Française de Développement.
- Direction de la Jeunesse et des Sports, <https://rhinotenders.com/companies/company/djs-direction-de-la-jeuness>
- Duterme, B. (2006). « Expansion du tourisme international : gagnants et perdants », *in Alternatives Sud*, 13(7), 7-22.
- Echo Touristique, <https://www.lechotouristique.com/>
- Fédération des agences des voyages française, 2017.
- Figaro économie, <https://www.lefigaro.fr/economie>
- Forum des chefs d'entreprises, <http://www.fce.dz/presentation/>

- Haut-Commissariat au Plan, https://www.hcp.ma/Haut-Commissariat-au-Plan_a709.html
- Hellali, M. (1985). *Le développement du tourisme sur la côte méditerranéenne du Maroc : potentiel et action gouvernementale*. (thèse doctorale publiée), Université d'Aix- Marseille III, France.
- Hellali, M. (2005). « Aspects sociogéographiques du développement du tourisme balnéaire au Maroc », *Teoros*, 24(1), 6-11.
- Hellali, M. (2007). « Du tourisme et de géopolitique au Maghreb ». *Hérodote*, 127, 47-63.
- Idir M. S. (2013). *Valorisation du patrimoine, tourisme et développement territorial en Algérie : cas des régions de Béjaïa en Kabylie et Djanet dans le Tassili n'Ajjer*. Economies et finances, (thèse doctorale publiée), Université de Grenoble, France.
- Jeune Afrique économie et finance, <https://www.jeuneafrique.com/rubriques/economie/>
- Le 360 Afrique, <https://afrique.le360.ma/>
- Maghreb émergent, <https://www.ritimo.org/Maghreb-Emergent>
- Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat et du travail familial, <https://www.mtatf.gov.dz/?lang=en>
- Ministère du Tourisme du Maroc, <https://mtataes.gov.ma/fr/tourisme/>
- Ministère du Tourisme du Maroc, <https://mtataes.gov.ma/fr/tourisme/>
- Ministère du Tourisme Tunisien, <http://www.tourisme.gov.tn/en/home.html>
- Moussa, R. (2018). Invest in long-term relationship and influence customer loyalty, Talk presented at *Fifth international days of hotel marketing*, Algiers, Algeria, (September).
- Najem, D. (2010). « L'aménagement du territoire tunisien : 50 ans de politiques à l'épreuve de la mondialisation ». *EchoGéo*, 13, ISSN 1963-1197,12.
- l'Observatoire du tourisme marocain, <http://www.observatoiredu tourisme.ma/>
- Office National des Statistiques, <http://www.ons.dz/>
- Office National Algérien du Tourisme, <http://ont.dz/>
- Office National du Tourisme Tunisien, <http://www.tourisme.gov.tn/>
- Office des Changes Royaume du Maroc, <https://www.bladi.net/office-national-marocain-tourisme.html> Office des Change
- Organisation mondiale du tourisme, <https://www.coe.int/fr/web/cultural-routes/world-tourism-organization>
- Planification et de réservation de voyages TripAdvisor, 2018, <https://www.tripadvisor.com/>
- Statistique Tunisie, Institut National de la Statistique, <http://www.ins.tn/fr/statistique-tunisie-institut-national-de-la-statistique>
- Troin, J.F. (2006). *Le Grand Maghreb: Mondialisation et construction des territoires*. Armand, Colin : coll. « U », Paris.
- TripAdvisor, <https://www.tripadvisor.com/>
- Widmann, M. (1976). « Le tourisme en Algérie ». *In Méditerranée*, 25(2), 23-41.
- Wilmots, A. (2003). *De Bourguiba à Ben Ali. L'étonnant parcours économique de la Tunisie (1960-2000)*. *L'Harmattan*. Paris.
- Wearing S. (2001), *Volunteer tourism: experiences that make a difference*, UK: **CABI**. Wallingford.
- World Travel & Tourism Council, <https://wtcc.org/>
- Yin, R. K. (1994). *Case Study Research: Design and Methods*. **Sage**. Londres.