

Le secteur du tourisme moteur prometteur dans l'économie Algérienne.**Tourism in algeria, a new promising driver of economy**

Reçu le: 03/08/2018

Accepté le : 25/11/2018

OULD SAID Mohammed*

Dr. BOUROUBA M'hamed elhadj**

Université de Mostaganem- Algérie

Université de Mostaganem - Algérie

Résumé :

Le tourisme est considéré comme une industrie la plus utilisée dans le temps présent. C'est devenu une source efficace pour le développement de n'importe quel pays. En plus du tourisme, notre travail est aussi basé sur l'ouverture des marchés dans des différents pays dans le monde. Cette opération permet d'avoir des services de qualité à travers des espaces commerciaux qui peuvent à leur tour créer un environnement approprié, ce dernier va nous permettre de gagner la confiance des touristes et avoir des moyens d'information et de communication plus sophistiqués.

Alors, est-ce que l'Algérie a adopté une stratégie pour développer le secteur du tourisme ? Dans ce travail, on essaye d'examiner la réalité du tourisme en Algérie et quelles sont les suggestions pour parvenir à mettre un plan de travail afin de développer ce secteur.

Mots clés : le tourisme, l'industrie touristique, l'Algérie.

Abstract :

In the present century, tourism is considered as the largest industry in the world, where it is an effective tool for achieving the goal of sustainable development. We focused, in our research, on different countries in the world that open new markets in addition to the traditional long-term sustainability of tourism throughout the year. Tourist programs provided quality services and high quality, distribution, outlets and a suitable environment that will earn the loyalty of tourists as well as having a sophisticated means of information and communication technology.

The matter of this research is related to an important question: "Does Algeria adopt its strategy to promote the tourism sector and achieve sustainable development?". In this context, we seek through this paper to examine the reality and the prospects for the tourism sector, the tourism base and draw a set of results and suggestions for the development of this sector in the framework of sustainable development.

Key words : Tourism, Tourism industry, Algeria.

* e-mail : moamat27@yahoo.fr

** e-mail : hadjbourouba@yahoo.fr

Introduction :

Le secteur du tourisme est devenu actuellement un des secteurs porteurs et prometteur dans l'économie de très nombreux pays, le baromètre de l'organisation mondiale du tourisme montre que l'industrie du tourisme représente 9% du PIB mondial ainsi que pour l'emploi mondial compte 8% pour un nombre de 800 millions emploi, et pour les recettes internationales sont en hausse de 6 % en 2016 pour la somme de 1232 milliard d'USD.

l'Algérie comme tous les autres pays cherche une relance pour son économie , et parmi les principaux créneaux de cette relance ,elle compte bien sur le secteur du tourisme pour le long terme et même pour le moyen terme ce qui a été confirmé par l'ex Ministre du tourisme et de l'artisanat sur la marge de la 4eme assises nationale du tourisme le 14-15 avril 2016 en déclarant que « les perspectives de l'Algérie à l'horizon 2019 , table sur 120 000 lits de qualité, 5 millions de touristes, ainsi que l'élévation de la contribution du secteur à hauteur de 5% du PIB »

Suite à ce qui précède, nous nous trouvons devant la problématique suivante :

Quels sont les choix stratégiques les plus favorables pour promouvoir le secteur du tourisme en Algérie ?

L'hypothèse de la recherche :

La relance du secteur de tourisme en Algérie dépend de la présence d'une infrastructure solide avec la participation de tous les acteurs à l'intérieur et à l'extérieur du secteur et même de la culture du pays d'accueil.

1- Définition du tourisme :

1-1 Les définitions des spécialistes et les chercheurs :

Définition de «DAM» 1988:Un nouveau concept de tourisme et est considéré comme «l'activité politique plutôt que d'une économique, et qui estime que le tourisme ne se limite pas à être une réaction, mais il est un moyen de parvenir à la paix dans le monde."¹

Définition de «Joffre Dumarzedier » :Il a défini le tourisme comme «un ensemble préoccupations abusés par une personne pour l'auto-divertissement ou pour le

développement de ses informations ou pour la participation sociale ou à développer ces capacités créatives libre, après la libération de ses obligations professionnelles, familiales, sociales ».²

Pour d'autres auteurs leur définition nous amène pas loin de ces dernières définitions, c'est ce qui est bien évident.

- ❖ « Ensemble des rapports et des phénomènes résultant du voyage et du séjour dans localité de personnes qui lui sont étrangères, le séjour ne constituant aucun établissement et n'étant par ailleurs lié à aucune activité lucrative ».³
- ❖ « Le tourisme, ensemble des phénomènes résultant du voyage et du séjour temporaire de personnes hors leur domicile quand ces déplacements tendent à satisfaire dans le loisir, un besoin culturel de la civilisation industrielle ».⁴

Ce concept de tourisme a trouvé son expression dans la définition des professeurs Suisses Hunziker et Krapf, ensuite adopté par l'association internationale d'experts scientifiques du tourisme (AIEST) :⁵

« Le tourisme est la somme des phénomènes et des relations découlant de la circulation et le séjour des non-résidents, dans la mesure où elles ne conduisent pas à la résidence permanente et ne sont pas liés à une activité gagnante ».

1-2 Définition des organisations et organismes internationaux :

Organisation mondiale du tourisme : « Le tourisme est un phénomène social, culturel et économique qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires. Ces personnes sont appelées des visiteurs (et peuvent être des touristes ou des excursionnistes, des résidents ou des non-résidents) et le tourisme se rapporte à leurs activités, qui supposent pour certaines des dépenses touristiques ».⁶

La définition de la Conférence des Nations Unies sur le Voyage et tourisme internationale : Qui a eu lieu en 1963, a décidé que le tourisme : « est un phénomène social et humain fondé sur la transmission de l'individu à partir de son lieu de résidence permanente à un autre endroit pour une période temporaire d'au

moins 24 heures, ni plus d'un andans le but detourisme de loisirou de tourismethérapeutique ouhistorique. »⁷

L'Insee : l'institut national de la statistique et des études économique : Comme de ça part elle a défini le tourisme comme suit :⁸

« Le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et séjours dans des lieux situés en dehors de leurs environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité »

L'encyclopédie Universalis : « Le tourisme est l'expression d'une mobilité humaine et sociale fondée sur un excédent budgétaire susceptible d'être consacré au temps libre passé à l'extérieur de la résidence principale, il implique au moins un découcher, c'est-à-dire une nuit passée hors du domicile, quoique d'après certaines définitions, il faille au moins quatre ou cinq nuit passées hors de chez soi »⁹

Pour avoir plus de précision concernant l'identification du tourisme, il est primordiale d'avoir une définition bien précise d'un élément très important dans l'opération touristique celui du touriste, ce qu'on va essayer de le faire :

2- Concept du touriste :

« Le terme touriste vient du mot « tourist » du dérivé français « tour » et trouve son existence initiale en Grande-Bretagne au 18^{ème} siècle »¹⁰

Ce mot désigne les jeunes anglais qui effectuent le « tour » de France commençant par Paris puis Bordeaux, les environs de Nîmes, Marseille avant de regagner Dijon et la Bourgogne.

En France, le terme « touriste » apparaît en 1803 s'employant, précise le Littré, pour définir le « voyageur qui ne parcourt les pays que par curiosité et désœuvrement » ; on retrouve les mêmes notions que recouvrait le terme « tourisme » lui viendra ensuite en 1841.

Alors on peut donner quelques définitions pour le touriste puisque c'est l'acteur principal de l'opération touristique comme suit :¹¹

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

Il est comptabilisé comme touriste international dans un pays donné, toute visite d'une personne ne résidant pas dans ce pays et venant y passer au moins une nuitée.¹²

À la lumière des définitions ci-dessus sur le tourisme et le touriste, on peut tirer ce qui suit :

- A- Le tourisme c'est une activité mix et complexe elle se compose de plusieurs phénomènes et relations économique, social, culturel et même civilisationnelle.
- B- La résidence est temporaire son minimum ne doit pas être inférieure à 24 heures et le maximum ne dépasse pas un an.
- C- Le tourisme comme activité est lié par un élément très important « le temps libre, le congé »
- D- L'objectif du déplacement touristique ne doit pas être pour des activités rémunérées.

3- Le Marché Touristique Algérien :

Le marché touristique Algérien il peut être identifié par deux indicateurs importants ceux de l'offre et de la demande et qui sont aussi en eux même des chiffres clés du tourisme Algérien :

3-1 L'offre :

L'un des objectifs à atteindre est d'améliorer la lisibilité de l'offre touristique les différents atouts de l'Algérie afin de mieux vendre la destination. La promotion du produit de qualité à travers différents canaux et notamment, lors des salons, festivals et expositions spécialisés, qui se tiennent en Algérie et à l'étranger donne un élan mérité au produit touristique.

Ainsi, il faut faire la relance des activités touristiques à partir des potentialités déjà existantes et faire ce qui possible à travers une production diversifiée de l'offre nationale et sa promotion en direction des touristes nationaux et étrangers cette offre se résumant dans :¹³

- La beauté, la richesse et la diversité des paysages et sites naturels vierges.
- Un patrimoine historique et archéologique inestimable.
- La disponibilité des sites vierges et de ressources naturelles préservées.
- Un climat tempéré.
- La grande proximité avec les marchés émetteurs européens.

L'Algérie dispose d'un éventail de sites diversifiés et uniques ainsi que d'une richesse culturelle et patrimoniale considérable.

Comme il existe plus de 200 sources thermales. Par ailleurs, un littoral long de plus 1200 Km mais très peu exploité, peut accueillir tout projet de thalassothérapie ou de balnéothérapie.

Le grand sud demeure le principale pôle d'attraction des touristes en Algérie, notamment étrangers, qui raffolent des espaces infinis des déserts de l'Ahaggar et du Tassili n'Ajjer.

L'organisation régulière de salons spécialisés, de festivals et des fêtes locales et thématiques comme outil de promotion tel que :

Le salon internationale du tourisme et des voyages « SITEV » organisé régulièrement chaque année en mois de mai.

Le festival du tourisme saharien qui s'organise chaque année on mois de mars pour la promotion des destinations saharienne.

Des fêtes locales- cadres d'expression par excellence du patrimoine de chaque région¹⁴

Un énorme potentiel celui de notre pays, des atouts naturels et historiques :¹⁵

La côte abrite de magnifiques plages et criques surplombées de majestueuses montagnes hérissées de forêts centenaires, ourlées au sud par un Sahara immense aux dunes ondoyantes, recèle des sites archéologiques uniques.

Musées à ciel ouvert, classés patrimoine mondial de l'Unesco, le Hoggar et le Tassili, à l'extrême sud, offrent sur leurs parois rocheuses des gravures rupestres parmi les plus anciennes du monde. Présentant de nombreuses affinités avec celles du Sud-Oranais, elles décrivent de façon émouvante la flore et la faune du néolithique. Béchar, au nord-ouest, compte plus de 2 000 fresques, dont la « momie », ainsi appelée par ses découvreurs. Son moule est au musée du Bardo à Alger. Parmi d'autres curiosités à visiter, le tombeau de Tin Hinan, la mythique reine des Touaregs, et l'Assekrem, une forêt de pics et d'aiguilles sculptées par le vent, le soleil et le froid, qu'on « ne peut voir sans penser à Dieu », selon son emblématique résident le père Charles de Foucauld, béatifié en 2005. Au nord, les sites de Tipaza, l'un des plus prestigieux des vestiges romains, Djamilia, Timgad, Cherchell, Lambèse, Tébessa, Guelma, révèlent l'empreinte du plus grand empire de la mare nostrum sur ces terres du sud de Rome. Des forêts de colonnes, des dizaines de temples, de thermes, de mosaïques, de bas-reliefs et de gravures, ainsi qu'une riche statuaire, racontent cette histoire mouvementée où s'illustrèrent des Aguellid, rois berbères, alliés ou rivaux de Rome selon les circonstances.

La vallée du M'zab, refuge des rescapés du royaume de Tahert (Tiaret), façonnée au xe siècle par les ibadites – une école de théologie de l'islam – autour de cinq villages fortifiés, appelés ksour (pluriel de ksar, le palais en langue arabe) et ses verdoyantes oasis, modèle d'architecture traditionnelle et de développement durable, concept inventé par nécessité par les mozabites avant la lettre, est célèbre dans le monde entier. De même que la Qalaa (citadelle) des Béni Hammad, capitale de la dynastie qui régna sur ces contrées du Maghreb central entre 1015 et 1152. Sa mosquée de treize nefs à huit travées était la plus grande de l'Algérie, et ses vestiges perchés dans un site montagneux de toute beauté, restituent l'image d'une ville musulmane fortifiée.

La Casbah d’Alger, modèle de la médina islamique, dont les palais sont en restauration, a été le siège d’une des plus grandes épopées de la guerre de libération nationale, la bataille d’Alger en 1957. Tlemcen, ancienne capitale des Zianides, les Banu Zyan, une dynastie berbère zénète (1235-1556), a été promue en 2011 « capitale de la culture islamique » et fourmille de témoignages de son passé prestigieux. Elle fut un centre religieux, culturel, intellectuel recherché au 12^{ème} siècle. Parmi ces monuments, il faut citer la Grande Mosquée, la mosquée Sidi-Boumédiène et El-Méchouar.

L’Algérie compte 207 ZEST ouvertes aux investisseurs sur un périmètre de 56 000 hectares. Sept pôles touristiques d’excellence seront réalisés dans ce cadre. Ils seront répartis en pôles régionaux (Nord-Est, Nord-Centre, Nord-Ouest, Sud-Est-Oasis, Sud-Ouest-Touat-Gourara).

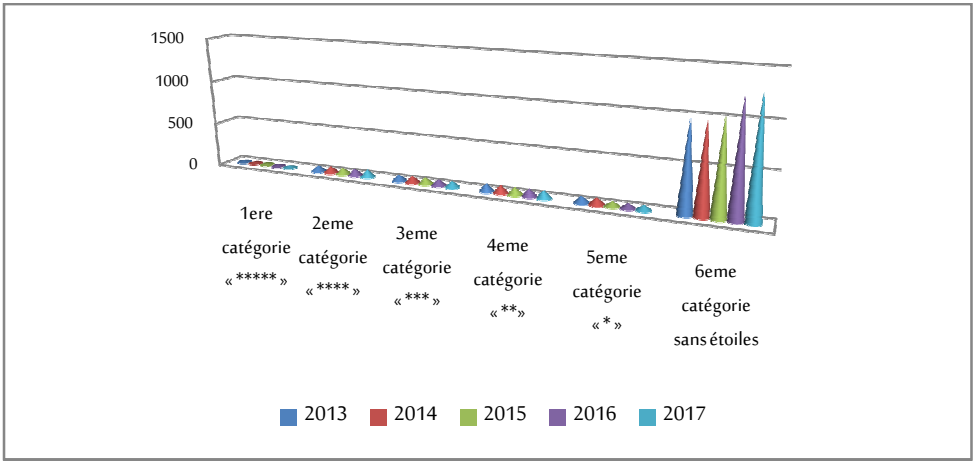
L’offre touristique en ce qui concerne les infrastructures hôtelières est de 1601 hôtels ayant une capacité d’accueil de 96 682 lits avec une hausse de 5% au cours des cinq dernières années.¹⁶

Tableau N° 01 : Répartition des hôtels et établissements assimilés par catégorie.

	2013	2014	2015	2016	2017
1ere catégorie « ***** »	14	14	15	17	24
2eme catégorie « **** »	68	72	72	79	87
3eme catégorie « *** »	70	70	75	71	70
4eme catégorie « ** »	91	91	86	88	89
5eme catégorie « * »	74	79	54	54	56
6eme catégorie sans étoiles	980	980	1030	1235	1285
TOTAL	1297	1306	1332	1544	1601

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat. Année 2018

Graphe N° 01 : Répartitiondes hôtels et établissements assimilés par catégorie.



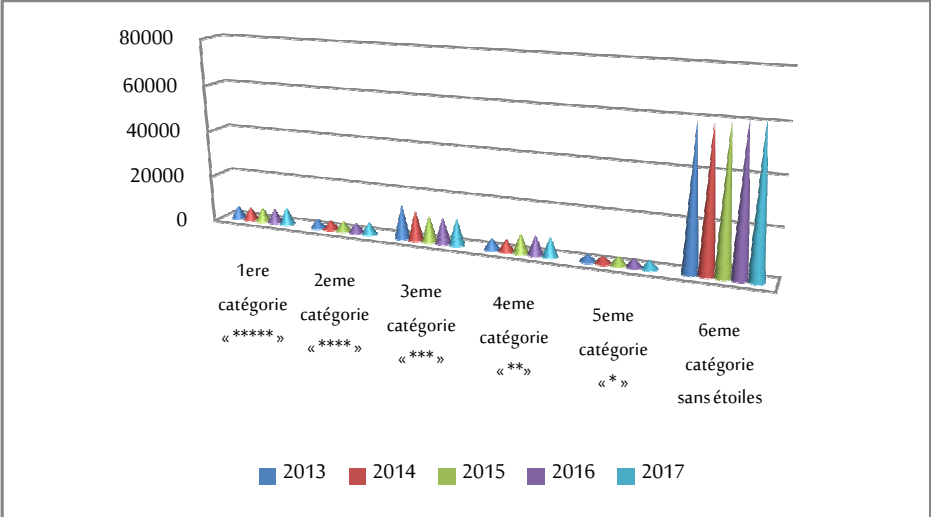
Conception personnel : « Tableau N°01 »

Tableau N° 02 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par catégorie.

	2013	2014	2015	2016	2017
1ere catégorie « ***** »	5402	5402	5652	5952	7287
2eme catégorie « **** »	3860	3950	4150	4200	5105
3eme catégorie « *** »	14201	12300	10890	10980	10900
4eme catégorie « ** »	4700	4780	7870	7925	7955
5eme catégorie « * »	2878	2878	3604	3604	3654
6eme catégorie sans étoiles	59053	59053	59725	61005	61781
TOTAL	90094	88363	91891	93666	96682

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat. Année 2018

Graphes N° 02 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par catégorie



Conception personnel : « Tableau N°02 »

Tableau N° 3 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par vocation :

	2015		2016		2017	
	Nbre d'hôtels et étab assimilés	Nbre de place lits	Nbre d'hôtels et étab assimilés	Nbre de place Lits	Nbre d'hôtels et étab assimilés	Nbre de place Lits
Urbain	770	42349	789	42841	799	43449
Balnéaire	438	39932	629	41258	671	43446
Saharien	60	4050	64	4125	68	4263
Thermal	47	4280	48	4 311	50	4424
Climatique	17	1280	14	1131	13	1100
TOTAL	1332	91891	1544	93666	1601	96682

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat. Année 2018.

Tableau N° 3 : Nombre de nuitées dans les hôtels et les établissements assimilés :

	2013	2014	2015	2016	2017
Résidents	5 750 796	5 971 372	6 185 231	6 484 105	7 108 943
Non résidents	895 747	974 456	954 103	998 367	1 237 905
Total	5 646 543	6 945 828	7 139 334	7 482 472	8 346 848

Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat. Année 2018.

NB: Les algériens résidant à l'étranger sont comptabilisés dans la rubrique des non-résidents

D'après les données statistiques réunis on peut dire que cette offre est caractérisée par :

- Une offre limitée.
- Très urbaine : l'urbain représente 49% des capacités d'accueil et le balnéaire en représente 47%.
- Peu adaptée au marché international, dont moins de 10% des établissements sont adaptés aux normes internationales.
- Cette offre en matière d'infrastructure hôtelière montre le grand déficit du secteur, ce qui représente un réel frein à l'attractivité et la promotion de l'offre touristique.

Néanmoins, des objectifs ambitieux attendus par le gouvernement à l'horizon 2019, sont :¹⁷

- D'accueillir 5 millions de touristes,
- D'atteindre la moyenne de 45 millions de nuitées,
- Faire passer la capacité hôtelière a 300 000 lits, y compris 95 mille de très bonne qualité
- Un flux plus de quatre millions de touristes.

3-2 La demande :¹⁸

La demande des Algériens est en évolution. Ils sont au nombre de « 3 532 743 » à la fin 2016, qui se rendent à l'étranger ce qui représente une économie de sortie de devises pour l'économie nationale de 47 millions d'euros sur la base d'une dépense moyenne de 700 euros/sortie.

Comme en totalise à la fin 2016 un chiffre de 3 902 634 des entrées de nationaux résidants à l'étranger soit 66 % du totale des entrées, et connaissent ainsi, des hausses respectivement de 7,6 % et de 14% par rapport à 2016 et 2015.

Alors fin d'année 2017 les entrées de touristes elles ont totalisé près de 7 108 943 entrées et se sont traduites par des recettes en devises estimées à 640 millions d'euros (55 milliards de Dinard). Ces entrées sont en augmentation de 13% par rapport à 2016 et de 17% par rapport à 2015.

Les entrées d'étrangers ont représenté, quant à elles, 1 237 905 entrées, soient 39 % du totale des entrées. Elles sont, ainsi en augmentation de plus de 39,5 % par rapport à 2016 et 2015.

4 - Analyse stratégique selon la méthode SWOT : Cette recherche s'interroge sur les principaux facteurs internes et externes qui déterminent les performances du secteur touristique Algérien en vue de situer ce secteur par rapport à la concurrence des pays voisins.

Tableau N° 04 : Diagnostique du secteur de tourisme en Algérie

Forces	Faiblesses
- La taille du pays 2.381.741 km2 la plus grandes superficie en Afrique. - Une situation géographique très stratégique. - Un littoral de 1200 km sur la côte méditerranéenne qui favorise le	- La part du tourisme dans le PIB de l'Algérie est très faible : 2,5%. - L'activité touristique est la plus faible parmi les 12 pays pourtour méditerranéen. - Un déficit en termes de capacités d'accueil, de structures hôtelières

développement du tourisme balnéaire. - Présence de plus de 200 sources thermales qui favorisent le développement du tourisme thermal. - Présence d'un patrimoine culturel important qui favorise le développement du tourisme culturel. - Un désert qui représente près de 5/6 du territoire : tourisme saharien. - Un important réseau d'infrastructures aéroportuaires et routières. - Une proximité de l'Europe - L'Algérie dispose plus de trois million résidant à l'étranger. - Diversité du pays, du point de vue historique, culturel, et naturel. - Un plan stratégique ambitieux pour l'avenir « SDAT »	en quantité et en qualité. - Un déficit en termes de restauration de qualité. - Une sécurité sanitaire et alimentaire insuffisante. - Des banques et des services financiers inadaptés au tourisme moderne. - Un manque de qualification des personnels. - Absence de la culture du tourisme. - Insécurité et instabilité politique. - Une communication très fœtale et des publicités insuffisantes. - Absence d'études marketing adaptées. - Un service qui atteint à peine le minimum requis. - Programme de vacances primitives. - Infrastructures aéroportuaires insuffisantes. - Les procédures d'entrée sur le territoire sont très difficiles pour les occidentaux.
--	--

Opportunités	Menaces
- Marché en expansion. - L'Algérie dispose encore d'un potentiel à exploiter : Désert, Plages vierges, Montagnes, Patrimoine historique, Patrimoine religieux (saint augustin) - Une tendance mondiale. - L'Algérie est une destination nouvelle à découvrir : le nouveau attire. - L'Algérie présente un pays d'histoire pour les pieds noirs : une cible internationale apprendre en compte. - Le développement du E-commerce. - Demande importante pour des expériences authentiques incluant les cultures locales et l'approche de la nature. - La société mondiale dans les dix prochaines années sera constitué de gens âgés, donc développer des offres adaptées aux besoins de cette catégorie d'âges. - Recherche de produit ou en apprend (culture, loisir....) - Le tourisme vert est à exploiter (vacances dans les compagnes)	- La vulnérabilité aux aléas géopolitiques. - Une concurrence rude de la part du Maroc et la Tunisie. - Terrorisme, attentats et insécurité. - Préférences aux voyages domestiques et intra régionaux. - Ralentissement de l'activité touristique mondiale. - Méconnaissance du produit touristique Algérien. - Voyages d'affaires internationaux intercontinentaux subissent un baisse de volume impressionnante. - Les touristes ont une tendance à dépenser moins lors de leurs séjours.

Source : TERFAYA Nassima : « Apport de la culture marketing dans le développement touristique ». Edition Houma Alger 2008. PP 152-153

4-1 Analyse de la situation du tourisme Algérien : La situation politique et économique du pays s'améliore progressivement, ce qui se traduit par la valorisation du secteur touristique Algérien. Cette prise en compte du tourisme s'est traduit par :¹⁹

- L'aménagement de 200 ZEST « zone d'expansion et site touristique », situé à $\frac{3}{4}$ sur le littoral.
- Une privatisation des entreprises publiques est engagée.
- Un développement de plusieurs secteurs d'activités : balnéaire, archéologie, culturel, sportif, chasse, pêche, santé, thermalisme et climatisme.
- La réduction de la TVA de 17% à 7% pour encourager les investisseurs
- Ouverture de l'aéroport d'Alger en 2006.
- Des groupes à la renommée internationale, comme Starwood, Marriott et Accor se sont intéressés au pays en choisissant de s'implanter dans les plus grandes villes tel qu'Alger, Oran, Tlemcen.
- Réalisation du projet « autoroute Est-Ouest ».
- Des avantages fiscaux et des taux d'intérêts réduits pour inciter les investisseurs nationaux et étrangers, à s'engager dans des projets concrets.

5 - Impact socio-économique du tourisme en Algérie :

Le tourisme est une activité qui exerce des effets d'entraînement en amont et en aval de l'économie nationale. Un pays quelconque entretient avec le reste du monde des relations bilatérales sur le plan du tourisme. Les échanges qui s'effectuent dans le cadre de cet espace s'opèrent sur un marché caractérisé par une demande qui se porte sur l'offre. Les déplacements des visiteurs se traduisent par des dépenses touristiques. Ainsi ces dépenses alimentent les caisses financières communales et nationales, participant au produit national brut.²⁰

5-1 Intérêt économique du tourisme pour l'Algérie :²¹

Les fruits de développement touristique pour une économie nationale s'expriment de façons diverses :

Le tourisme en Algérie offre des conditions des plus appropriées à la transformation des attitudes et des comportements des habitants locaux.

Le tourisme favorise la fonction économique de se dérouler à l'échange de consommation collective et individuelle.

Il constitue également une fonction d'équilibre régional et national grâce à la fixation des populations là où les sites sont mis en valeur.

Il remplit une fonction sociale et culturelle et c'est un facteur de propagation de progrès.

Les effets de rentabilité financière immédiate sont les plus visibles. Egalement des effets économiques directs à court terme : croissance des entrées de devises.

Il active la fonction commerciale et accroît la consommation de produits locaux.

L'ouverture du tourisme sur le marché de l'emploi est une des conséquences les plus appréciables de cette activité.

Par ailleurs, à investissement égal, le tourisme est le secteur économique qui est capable de dégager le plus d'emploi. La vertu psychologique très importante réside dans le fait qu'un pays qui met en œuvre une politique de tourisme avec tous les investissements qu'elle implique témoigne d'une volonté de stabilité car il engage son économie.

Sur le marché des capitaux internationaux, le tourisme apporte une contribution réelle digne d'une carte de crédit confiance. Il engendre un effet d'entraînement à l'investissement dont bénéficient d'autres secteurs économiques.

La programmation touristique implique nécessairement la mise en valeur des possibilités locales dont les premiers à en bénéficier sont les populations locales (eau, voirie, énergie, assainissement, etc.)

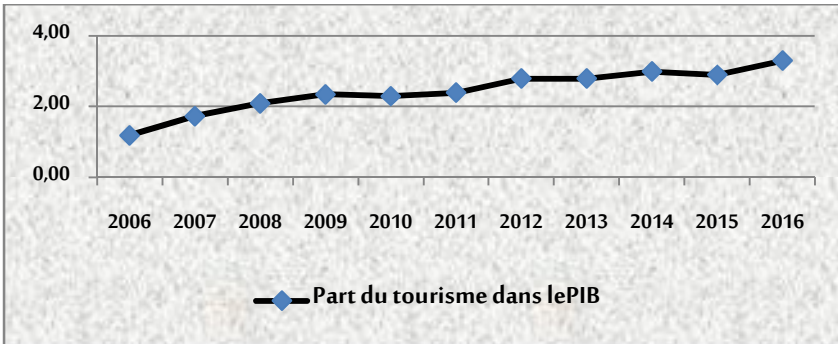
5-2 Le poids économique du tourisme Algérien :Le tourisme représente un des secteurs économiques en expansion en Algérie. Le poids économique du tourisme est de plus en plus important :²²

Si le secteur touristique est si rentable on ne peut pas dire que l'Algérie l'exploite au maximum de ses capacités.

L'Etat Algérien mise tout sur le secteur hôtelier qu'il considère comme stratégie qui a pour objectif de booster le tourisme qui est compté parmi les secteurs les plus rentables du pays avec une croissance estimée à 9% soit 4,2% sur 5% que représente le PIB hors-hydrocarbures.

Par ailleurs les chaînes hôtelières privées sont également de plus en plus attirées par l'Algérie. Le groupe Accor a annoncé vouloir développer 30 nouveaux hôtels en Afrique d'ici là 2016, notamment en Algérie.

Graph N° 03 : Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB

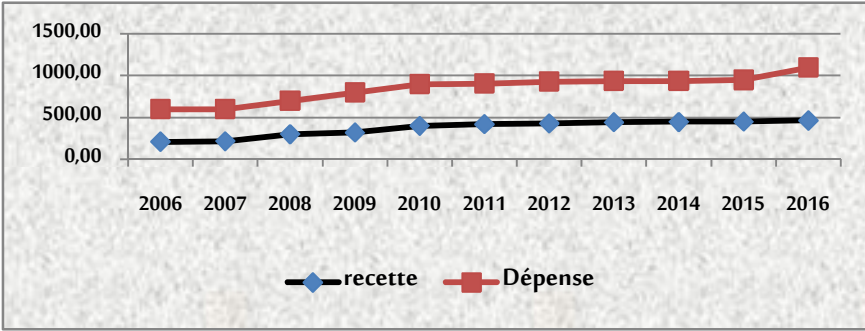


Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat.

La part du tourisme dans le Produit Intérieur Brut (PIB) est restée stable depuis plusieurs années.

A partir de l'année **2008**, il est enregistré une croissance importante de **2,05%** de la part du PIB dans le secteur du Tourisme, une stabilité pour les années **2012** et **2015** avec **2,8%** et une légère croissance pour l'année **2016** avec **3.3%**.

Graphe N° 04 : Evolution de la balance de paiement – poste voyages –



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat.

Le montant des recettes touristiques, au terme de l'année **2016**, s'est situé à **465 millions de dollars**, soit une hausse de **2.5 %** par rapport à l'année **2015**.

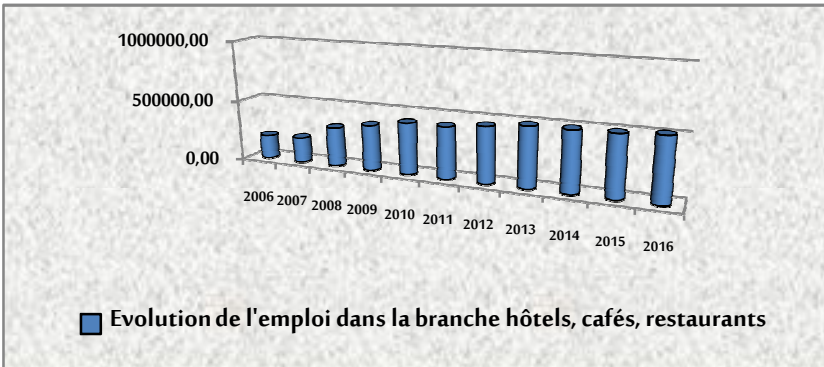
En dépit de l'accroissement des entrées touristiques ces dernières années, le montant en devises dépensé par les nationaux à l'étranger reste supérieur à celui des devises générées par les flux d'entrées des non-résidents.

❖ **L'emploi dans le secteur du tourisme :**

- **Evolution de l'emploi dans la branche hôtels, cafés, restaurants :**

En **2016**, on a enregistré **512000 emplois** dans la branche hôtels, cafés et restaurants, soit une hausse de **2.3%** par rapport à l'année **2015**.

Graphe N° 05 : Evolution de l'emploi dans la branche hôtels, cafés, restaurants.



Source : Ministère du tourisme et de l'artisanat.

Conclusion :

L'Algérie dans un horizon lointain si sa situation s'améliore, pourra concurrencer la Tunisie et le Maroc. Les prévisions ne sont pas encourageantes puisque cela ne sera possible que dans 15 ans au minimum.

En Algérie, le tourisme devient une priorité nationale, selon le gouvernement, mais la concurrence sera rude et l'Algérie doit s'y préparer. Dans cette étape cruciale, les démarches suivantes sont indispensables :

- La connaissance des marchés concurrents.
- L'évaluation et la valorisation du potentiel touristique de chaque destination.
- Recensement et évaluation des possibilités d'action.
- Choix des moyens et affectation des ressources.
- Un contrôle stratégique pour pouvoir y avoir des écarts entre les objectifs fixés du SDAT et les résultats obtenus.

Les résultats attendus dans le secteur touristique se résument en une croissance du tourisme interne et externe due à :

- Une croissance économique soutenue, induite par les investissements programmés, entraînant des déplacements plus fréquents des touristes d'affaires.

Des flux plus importants de la communauté algérienne établie à l'étranger et des étrangers d'origine algérien et un accroissement des flux de touristes étrangers, notamment ceux en provenance du marché de proximité que constitue l'Europe. Ceci est possible, si le tourisme balnéaire Algérien est propulsé dans les devants de la scène puisque la nature a gâté l'Algérie, mais manque les moyens, la volonté et surtout le savoir-faire.

Références :

- 1- Iyad Abdelfattah ELNESSOUR « Les Fondements de la commercialisations des services de tourisme thérapeutique » maisonElssafoe ,Jordanie 1ère Edition 2008 pp23-24.
- 2- Khaled KAOUECH « Le tourisme : concept, types, éléments » maisonEltanouir Algérie 1ère Edition 2007. pp 13-14
- 3- Marc Boyer : histoire de l'invention du tourisme, Édition de l'aube 2000 Gémenos. p 10.
- 4- Marc Boyer : histoire de l'invention du tourisme, Édition de l'aube 2000 Gémenos. p 10.
- 5- Burkart and Medlik : Tourism past, present, and future ,edition: Heinemann. LONDON 1974. p 39.
- 6- OMT : organisation mondial du tourisme : consulté le 05 Décembre 2017.
- 7- Mohye Mohammed MESSAD : Le cadre juridique de l'activité touristique et de l'hôtellerie, bureau arabe moderne d'édition, Egypte, 2007p 21.
- 8- Philippe violier : le tourisme un phénomène économique. Édition la documentation française 2013. P16
- 9- Philippe violier : le tourisme un phénomène économique. Édition la documentation française 2013. P16.
- 10- Pierre Kalfon : tourisme et innovation. Édition l'harmattan 2009 Paris, p 15
- 11- TERFAYA Nassima : « Apport de la culture marketing dans le développement touristique ». Edition Houma Alger 2008 p18
- 12- Pierre Kalfon : tourisme et innovation. Édition l'harmattan 2009 Paris, p18
- 13- TERFAYA Nassima : « Apport de la culture marketing dans le développement touristique ». Edition Houma Alger 2008.P137
- 14- Mekioussa CHEKIR : tourisme Algérie « richesses naturelle – vision ambitieuse » Arabies. Juillet-aout 2007. PP34-35
- 15- <http://monjournaldz.com/fr> consulté le 23/04/2014.
- 16- Ministère du tourisme et de l'artisanat. Année 2017

- 17- Kamel BELKADI : « assises nationales et internationales du tourisme : des recommandations pour la relance du secteur » El Watan Economie du 25 Février au 2 Mars 2008. P6.
- 18- Kamel DERKOUICHE : « Bilan des activités touristiques de 2016- L'Algérie veut développer son marché. Le Phare N° 175, Mars 2017, P 34.
- 19- Hakima KERNANE : « tourisme une priorité gouvernementale » Arabies : juillet-Aout 2010. PP 44-45
- 20- Ahmed TESSA : « économie touristique et aménagement du territoire », office des publications universitaires 1993. p 50.
- 21- Mokhtar SELLAL : « production touristique, politique touristique- gestion touristique », société nationale d'édition et de diffusion 1980. p 23.
- 22- Amina BOUMAAZA : « 70 milliards de dinars pour refaire une beauté au tourisme algérien », Algérie focus — éco business article du 13 octobre 2012.P13