

Le Tourisme des Nationaux, un Appui Salvateur pour un Développement Touristique Soutenable, Etude D'Exreriece Maghrebine : MAROC et TUNISIE

Domestic Tourism, Saving Support for Sutable Tourism Development

السياحة الوطنية، ركيزة منقذة من أجل التنمية السياحية المستدامة. دراسة التجربة المغاربية: المغرب وتونس

^(A) CHEBLI Amina ^(B) CHABOU Meriem

^(A) Etudiante en thèse. Ecole Polytechnique d'Architecture et Urbanisme EPAU. Laboratoire Ville Urbanisme et Développement Durable VUDD
achebli@epau-alger.edu.dz

^(B) MCA. Docteur. Ingénieur. Ecole Polytechnique d'Architecture et Urbanisme EPAU. Laboratoire Ville Urbanisme et Développement Durable VUDD
mchabou@epau-alger.edu.dz

Resumé

Les recherches qui traitent du rôle qui peut être joué par le tourisme national sont très rares. Les esprits sont brouillés par le tourisme international. Le tourisme national dénommé encore tourisme domestique, intérieur ou interne a fait preuve tangible de soutenabilité avec des impacts forts positive autant sur le plan socioéconomique que spatial, il est à l'œuvre dans de multiples recodages de l'urbain, tout en assurant un rôle majeur d'amortisseur de choc en période de crise du tourisme international. Par cette contribution on s'attardera à illustrer à travers la présentation de deux exemples importants qui témoignent de la soutenabilité et du rôle pivot joué par cette composante interne. On étudiera comme cas le Maroc et la Tunisie, deux voisins maghrébins qui ont réussi à se positionner depuis longtemps sur un marché international comme des destinations à grand attrait. Cependant des événements ont orienté à la baisse le développement du tourisme international, pour rebondir à la crise le tourisme des nationaux s'est vu accordé un intérêt relativement important, consolidant la résilience du système touristique. Cette communication a pour objet également la présentation d'un schéma qui souligne la dimension durable porté par cette forme touristique, à savoir national d'une part et se servir des exemple étudiés pour dresser un panel de recommandations qui s'affichera comme guide de départ pour orienter la constitution d'une stratégie de développement du tourisme domestique en Algérie d'autre part, Afin de soulever la problématique d'ignorance et marginalisation qui connais cette forme touristique.

Mots clés : *Tourisme national, Expériences étrangères, Soutenabilité, Développement Local.*

Abstract

Research that addresses the role that can be played by national tourism is very rare. The spirits are scrambled by international tourism. National tourism has shown tangible sustainability with strong positive impacts both socio-economically and spatially, it contributes to urban renewal, while ensuring a major role of shock absorber in times of crisis of international tourism. Through this contribution we will focus on illustrating through the presentation of two important examples that testify to the sustainability and pivotal role played by this internal component. Morocco and Tunisia, two Maghreb neighbors who have managed to position themselves for a long time in an international market as destinations with great appeal, will be studied as cases. However events have depressed the development of international tourism, to rebound to the crisis the tourism of the nationals was granted a relatively important interest, consolidating the resilience of the tourist system. This communication also aims to present a diagram that highlights the sustainable dimension of nationals tourism on the one hand and using the examples studied to draw up a panel of recommendations that will be used as a starting guide to guide the development of a strategy for the development of domestic tourism in Algeria on the other hand. In order to raise the issue of ignorance and marginalization that know this tourist form.

Keywords: National Tourism, Foreign Experiences, Sustainability, Local Development.

ملخص

التي تتناول الدور الذي يمكن أن تلعبه السياحة الوطنية نادرة جدا، العقول أصبحت مشوشة من فكرة السياحة العالمية. وقد أظهرت السياحة الوطنية استدامة ملموسة مع وجود آثار إيجابية قوية على الصعيدين الاجتماعي-الاقتصادي والمكاني، وهي تعمل في التجديدات المتعددة للحضر، مع ضمان دور كبير في امتصاص الصدمات في أوقات أزمة السياحة الدولية. من خلال هذه المساهمة سنركز على توضيح الدور المحوري والمستدام الذي يلعبه هذا المكون الداخلي. وذلك، من خلال تقديم مثالين هامين، ستم دراسة التجربة المغربية والتونسية دولتين مغاربيتين تمكنتا من فرض أنفسهما لفترة طويلة في السوق الدولية كوجهة ذات جاذبية كبيرة ومع ذلك، فقد أدت بعض الأحداث إلى كبح تطور السياحة الدولية، من أجل الارتداد عن الأزمة، تم منح السياحة الوطنية مصلحة مهمة نسبيا، مما يعزز مرونة النظام السياحي. يهدف هذا العمل أيضًا إلى تقديم صورة تسلط الضوء على البعد المستدام للسياحة الوطنية من ناحية، واستخدام الأمثلة التي تم دراستها لاستخلاص مجموعة من التوصيات التي سيتم استخدامها كدليل انطلاق لتوجيه بناء استراتيجيات تطوير السياحة الداخلية في الجزائر من ناحية أخرى. مما سيساعد على رفع إشكالية الجهل والتهميش التي تعرف هذا الشكل السياحي.

الكلمات الدالة: السياحة الوطنية، الخبرات المغاربية، الاستدامة، التنمية المحلية.

I. INTRODUCTION

Pendant longtemps les esprits ont été formaté par le tourisme international, le tourisme national est oublié et mise à l'écart au détriment de cette forme. Il faut rappeler que le tourisme a été longtemps assimilé, dans l'esprit des opérateurs du secteur à une activité réservée aux touristes étrangers. La dimension nationale est totalement évacuée des stratégies de développement touristique, les planificateurs ne lui accordent aucune importance. Le tourisme national, dénommé encore tourisme domestique, intérieur ou interne, offre une

grande opportunité de développement touristique. La plupart des auteurs qui ont travaillé sur la question de ces mobilités touristiques utilisent la plupart du temps l'expression de "tourisme domestique" (Raymond, 1999 ; Cabasset, 2000 ; Sacareau, 2006), plutôt que tourisme "national". Le tourisme domestique a pour définition « le tourisme des visiteurs résidents dans les limites du territoire économique du pays référent » OMT, cette définition est sélectionnée dans le cadre de ce travail. La demande des nationaux, des locaux est estompée face à celle des internationaux que les projets

touristiques cherchent à satisfaire à tout prix.

Le Maroc aussi bien que la Tunisie a des degrés différents versent la tendance et s'affichent désormais comme des exemples phare de deux pays en développement qui témoignent de l'importance cruciale que jouent les nationaux à tenir la balance du système touristique. Par ce travail on se penchera sur ces deux exemples pour étudier de près et identifier le rôle clé joué par les nationaux dans la résilience du système économique. Cette étude servira d'appui de référence en guise de servir de l'expérience de nos voisins dans le domaine et en tirer des leçons pour développer notre tourisme national dit porteur de richesse, renforcer une stratégie de développement du tourisme domestique en Algérie. L'approche adoptée exigeait que soient déterminés :

- La stratégie touristique pour le développement du tourisme national du Maroc et la Tunisie, aussi bien que
- Les mécanismes et les actions déterminées
- Le rôle qu'occupe le tourisme domestique sur le plan socioéconomique.

II. METHODE

En vue d'atteindre les objectifs fixés par cet article, nous nous sommes appuyés, essentiellement, sur la lecture et l'analyse des schémas et plans d'aménagement et de planification touristique aussi bien du Maroc que la Tunisie, ainsi que les données statistiques relatives aux flux touristiques et les travaux académiques portant sur la question.

Il est important d'effectuer une lecture pour comprendre la situation actuelle occupée par le tourisme national, son origine qu'il soit planifié ou non, la logique d'action des états pris comme exemples, et l'impact engendré sur le plan socioéconomique et spatial. On s'en servira de ses connaissances comme base pour tirer des enseignements en la matière.

III. RESULTATS ET DISCUSSION

Nous analysons dans ce qui suit les expériences entamées par nos voisins maghrébins : le Maroc et la Tunisie afin de connaître les mécanismes mis en œuvre et le rôle joué par le tourisme national sur le plan socioéconomique, dans l'optique d'en tirer des recommandations.

A. TOURISME NATIONAL AU MAROC ; STRATEGIE NATIONALE

Le Maroc est touché par la montée du tourisme national autrement appelé domestique. Dans un travail de recherche doctoral, Mohamed Berriane 2002 explique en chiffre cette hausse. Suite à une enquête il a été dévoilé qu'un taux de 32.3% de citoyen marocain se serait déplacé à l'intérieur du pays pour l'été de 1985.⁽¹⁾ En 1989 dans l'optique d'encourager l'accès et la diffusion des pratiques d'activités de loisirs, une circulaire du ministre du Tourisme a été adressée aux établissements d'hébergement pour accorder une réduction de 25 % sur les prestations d'hébergement à partir de la deuxième nuitée pour les Marocains.⁽²⁾

Il est vrai que la volonté du Maroc à soutenir le tourisme national est apparue les années 80 mais ce n'est qu'après la guerre du golfe que de fortes prérogatives sont adaptées. Rappelons que la guerre du golfe a eu des effets catastrophiques sur l'économie touristique des pays arabes concernés par ce phénomène (Egypte, Maroc, Tunisie...) leur image est ternie. Cette crise à ébranler le monde arabe dans son ensemble.⁽³⁾ Le Maghreb n'a pas été épargné par l'onde de choc. Le tourisme des nationaux au Maroc a contribué – à hauteur de 28,4% des nuitées touristiques – au moment où les nuitées du tourisme international ont chuté de 36,5 %. Ces résultats sont preuves de la capacité intrinsèque que le tourisme national détient comme amortisseur de crise qui atténue les effets des perturbations de la demande touristique internationale sur les économies des pays récepteurs. En 2002 la première stratégie est élaborée, ayant pour objectif un meilleur encadrement cette forme touristique qui est considérée désormais comme une solution adéquate pour maintenir la résilience du secteur touristique, une variable incontournable dans la stratégie touristique⁽⁴⁾ Dans le cadre de la vision 2020, le tourisme national est pensé en complémentarité avec le tourisme international, les prémices de réflexion portée sur l'articulation entre les deux formes touristiques sont clairement visibles au niveau de la vision tracée par le royaume marocain. Outre l'atténuation des effets de la saisonnalité du tourisme international sur la

rentabilité des établissements d'hébergement, en particulier, et sur celle des entreprises touristiques, en général, le maintien des emplois et des effets induits sur les transports divers et les autres entreprises de services : cafés, restaurants...les objectifs de la stratégie de développement du tourisme interne autant d'ordre qualitatif⁽⁵⁾ que quantitatifsont résumés en six points:⁽⁶⁾

1. L'accessibilité des vacances aux différentes catégories de clientèles(pouvoir d'achat, moyen de transports, hébergement...).
2. Convergence et articulation entre les politiques touristiquesà savoir national et international.
3. Adéquation entre la demande et l'offre touristique tout en veillant sur la qualité des prestations et service pour une satisfaction touristique.
4. Cadre législatif adapté pour une meilleure organisation de la politique lutte contre l'informel.
5. Stimuler la croissance.
6. Garantir une distribution équitable des richesses.

L'étude d'évolution du tourisme national au Maroc laisse entrevoir une croissance favorable du tourisme domestique qui représente aujourd'hui 32% de l'économie touristique avec un volume de nuitées supérieures au tourisme récepteur, le tiers des flux touristiques est constitué de touristes résidents comme nous allons le voir ci-dessous⁽⁷⁾:

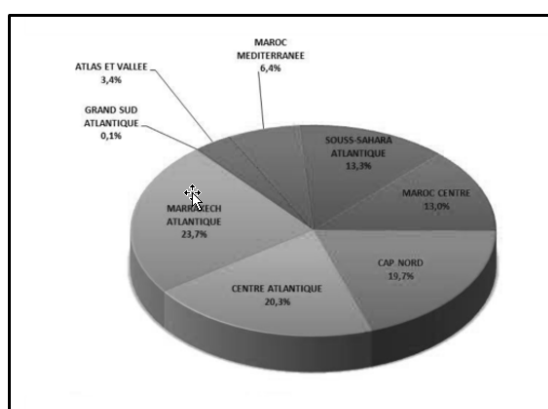


Figure 1: Structure moyenne des arrivées des touristes internes par territoire touristique (2002-2013).
Source : Etude DEPF 2014

Outre les retombés économiques, le tourisme interne tel qu'il est envisagé par le royaume Marocain est un vecteur qui contribue au bien-être des Marocains,un facteur d'équilibre individuel et social, cherchant ainsi à assurer des vacances pour tous sans exclusion sociale. La vision 2020 regroupe six programmes structurants pour un portefeuille diversifié de produits,⁽⁸⁾le sixième programme est exclusivement axé sur le tourisme Interne (programme Biladi), dans l'objectif et de répondre aux attentes des Marocains en leur offrant un produit adapté tenant compte de leurs habitudes et de leur manière de voyager.

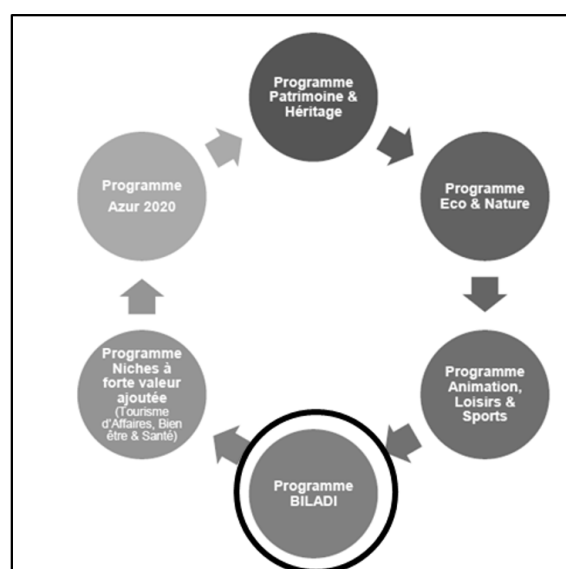


Figure 2: Six programmes structurant de la vision 2020.

Pour la réussite de la stratégie tracée par le royaume marocain, elle prend différentes racines ; comme il est clairement indiqué dans une étude menée par le ministère :

- Multiplier les mécanismes d'aide au départ en vacances et la mise en place d'un dispositif d'appui financier aux départs des résidents en vacances alimentées par les contributions à l'émission de chèques-vacances des partenariats entre les acteurs de tourisme qui est une condition sine qua non de payer vos dépenses de vacances et de loisirs à moindre coût.
- Un élargissement du programme « vacances pour tous » ; également lancé, un moyen qui

contribue à la lutte contre les inégalités et contre l'exclusion et favorise la cohésion sociale.

- Le recours au numérique E-tourisme, à savoir les interfaces digitales est favorisé pour promouvoir les offres, assurer une large diffusion et visibilité auprès de la clientèle ce qui crée ainsi un esprit concurrentiel ce qui a un effet positif sur la compétitivité des prix proposés aux touristes internes.
- Concilier les efforts pour développer et diversifier une offre d'hébergements adaptés aux habitudes et au pouvoir.

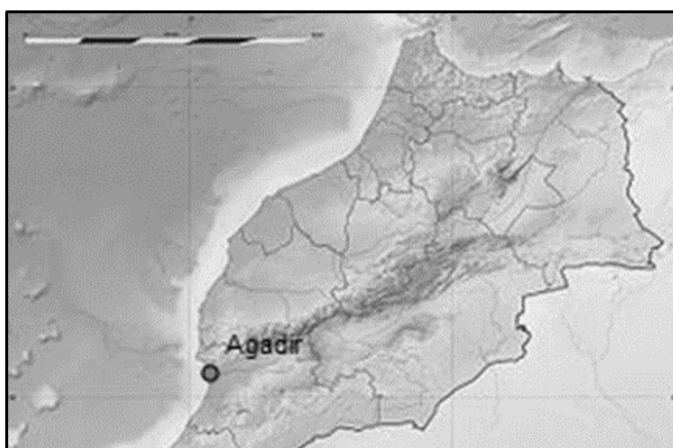


Figure 3: Situation géographique Agadir. Source : Google image

d'achat des touristes internes, notamment, les familles.

- Revoir et améliorer l'état des infrastructures routières est important en guise de limiter les risques d'accidents tout en renforçant les lignes aériennes intérieures.

• Le royaume table également sur l'événementiel comme vecteur pour stimuler les déplacements internes par la présente renforcer la collaboration entre le ministère du tourisme et de la culture afin de juguler l'ordre sectoriel.

- Encourager le développement du tourisme urbain, tout en veillant à une répartition plus équilibrée des projets, une étude a été faite où il a été montré que les touristes marocains visitant l'étranger

avantagent les centres urbains dans leur choix.

Il est évident que le royaume marocain a pris une ample conscience du rôle crucial que jouent les migrations d'agrément comme des mouvements marqués de croissance et dynamique local, et éprouve une importance majeure sur la nécessité d'encadrer, promouvoir cette réalité qui devient de plus en plus visible, des déplacements visibles. Les prorogatives lancées ont porté leurs fruits est l'examen de cette stratégie et une occasion pour avoir un retour d'expérience.

Zoom sur le tourisme national ; cas Agadir, Maroc

Située sur la côte atlantique, dans la région du Sud, à 508 km au sud de Casablanca, à 173 km d'Essaouira et à 235 km à l'ouest de Marrakech⁶. Agadir est le chef-lieu de la région administrative Souss-Massa et de la préfecture d'Agadir Ida-U-Tanan. Capitale du sud du Maroc, Agadir est connu pour ses plages de sables fins longues de plus de 6 kilomètres ainsi que son taux record de 300 jours de soleil par an.

A Agadir le marché national se place en première position avec 60.311 visiteurs reçus et un taux d'accroissement de 6,21%. Au niveau des destinations préférées des Marocains, Agadir est la ville générant le plus de nuitées (19 millions).⁽⁹⁾

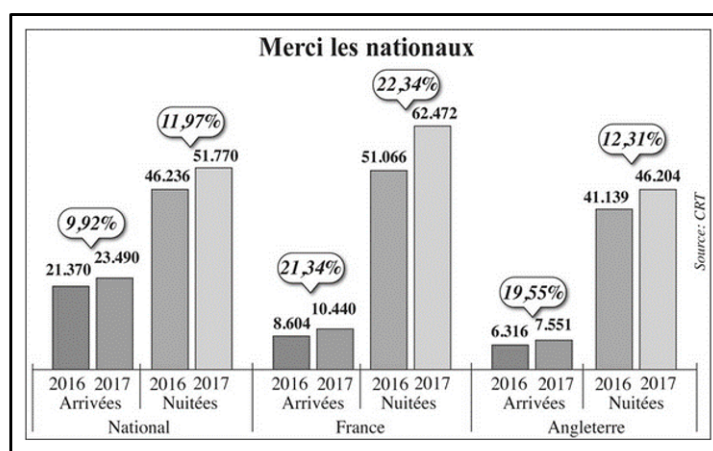


Figure 4: Croissance Tourisme national. Données statistiques.

Le projet de zone touristique Sous-Massa-Draâ près d'Agadir est un projet touristique réalisé dans le cadre du programme Bildai, un programme qui projette la réalisation de huit pole touristiques voire figure -4-avec une offre assortie au profil des voyageurs nationaux.

Sous massa Agadir a pour renforcer l'attractivité touristique de la région, des investissements d'une importance majeure dynamisant le territoire s'opèrent, le volet loisirs inclut les éléments suivants :

- 6 piscines, 5 jardins publics et 6 parcs ;
- 6 espaces de jeux pour enfants ;
- 1 aqua parc et des terrains de sport ;
- Un téléphérique ;
- Des restaurants et un Ryad des saveurs
- La réhabilitation de la Kasbah

Le royaume Marocain semble trouver la balance entre les deux dimensions à savoir international et

national. Afin de promouvoir une offre touristique destinée aux résidents, des formules d'hébergement aussi varier voient le jour (des apparts hôtels, des résidences touristiques, Camping...) afin de satisfaire toutes les demandes. Les données d'une enquête menée auprès du touriste marocain visitant la région laissent voir que 63% des touristes nationaux se disent "très satisfaits" et 36% affirment être "satisfaits" de leur voyage. L'amélioration d'accessibilité à la région par l'ouverture de l'autoroute Marrakech-Agadir à contribuer favorablement à l'émergence d'un tourisme domestique, les touristes nationaux sont de plus en plus nombreux, ils se rendent particulièrement pour les fins de semaine. Les collectivités responsables de la région optent pour des stratégies de communication massive su e marcher national pour séduire et drainer un flux de clientèle abondant en période de vacances de fin d'année et de congés scolaires. Une opération menée dans le cadre du plan d'action initié en partenariat avec l'Office national marocain du tourisme.



Figure 5: Port Agadir. Source : Google image.

Il est évident qu'une stratégie est bien mise en place, le tourisme national s'impose sur la scène de plus en plus. Une démarche conforme aux axes tracés par le programme cité ci-dessus est en marche afin de faire faire connaître un peu plus le produit Agadir auprès de la clientèle nationale. Pour maintenir cette tendance jusque-là positive il est important de réfléchir constamment sur la diversification de l'offre adaptée aux touristes nationaux, une offre orientée vers la clientèle famille marocaine.

B.TOURISME NATIONAL EN TUNISIE

Le facteur sécuritaire est déterminant dans le choix d'une destination⁽¹⁰⁾. Les touristes en dehors de son

environnement ont besoin d'être sécurisé et d'être rassuré, les événements des dernières années (attentats, SRAS, guerres, catastrophes naturelles, etc.) semblent avoir profondément modifié les préoccupations des touristes, la stabilité d'une destination⁽¹¹⁾ est un facteur avec un grand impact sur la prise des décisions. Après la révolution tunisienne de 2011 et les attendant de 2015 du Bardo et Sousse, le tourisme en Tunisie en prend un coup dur. La Tunisie a été déserté et effacée des mémoires comme destination touristique sûr au près d'une grande majorité des touristes internationaux (français, italien, russes...), les revenus du tourisme, pour l'année qui suit, étaient en chute de 54% par rapport à la même période de 2015. Les établissements

touristiques souffraient des annulations de séjour d'autres ont carrément fermé pour manque de client.

Paramètres	2014*	2015*	2016**	Ecart en % 2016/2015	Ecart en % 2016/2014
Recettes touristiques en MDT	212,1	226,1	113,1	-50	-46,7
Nuitées globales	974.833	914.066	488.975	-46,5	-49,8
Arrivées aux frontières	406.242	340.100	279.909	-17,7	-31,1

Figure 6: Réalisations du secteur touristique en 2016 données statistiques.

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Tourisme en chiffres

Unité : Nombre en millier					
Indicateur	2012	2013	2014	2015	2016
Entrée des non résidents par nationalité	5950.4	6268.9	6069.7	4201.8	4525.7
Européens	2963.4	2884.3	2792.6	1297.8	1409.2
Maghrébins	2843.3	114.4	3103.8	2765.9	2985.5
Nord-américains	28.5	68.8	25.3	23.3	24.2
Autres	115.2	120.9	148.1	114.8	106.8

Source : Ministère de l'Intérieur et du Développement Local

Mise à jour : 08/08/2018

Pour la Tunisie le tourisme est un secteur d'entraînement pour d'autres secteurs tels que le transport, les communications, l'artisanat, le commerce et le bâtiment...c'est une source de devises pour le pays et représente un pilier de l'économie tunisienne générant, avant la crise, environ 7 % du PIB, 13% à 14 % des emplois (directs et indirects)⁽¹²⁾. La chute brutale des revenus touristiques internationales en Tunisie a entraîné avec elle une chute de croissance et une hausse généralisée des prix à la consommation a pris une vitesse de croisière.

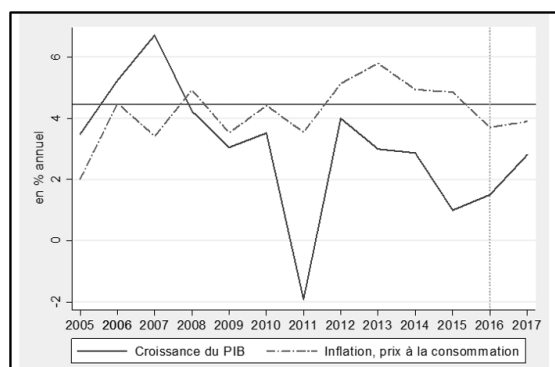


Figure 8: Croissance BIP Tunisie.

Source : Word development indicators 2017 et rapport WEO du FMI 2016

Avant la révolution tunisienne de 2011, ou encore les attentats ayant frappé la Tunisie, le tourisme

domestique jusque-là oublié sombre profondément dans une léthargie, la tendance bascule subitement après les évènements dramatiques. La conjoncture internationale touristique défavorable confirme le fait le touriste tunisien est le sauveur du système touristique. En plein milieu de régression le tourisme national affiche une hausse considérable de croissance, devenant ainsi une alternative stratégique sur laquelle les professionnels peuvent compter pour sauver les saisons ainsi que le secteur en entier, empêchant de la sorte un effondrement imminent du système touristique tunisien. La chute n'était pas libre pour l'économie tunisienne car une grande part des nationaux ont occupé les structures touristiques ce qui a permis un rebondissement et une résilience. Les hôteliers misent de plus en plus sur le tourisme intérieur, en proposant des tarifs d'hébergement hors saison pour les populations locales, ils suggèrent ainsi des

solutions partielles pour résoudre la problématique de saisonnalité et le taux d'occupation faible en hors saison. Pour le premier semestre de 2016 le nombre de nuitées effectuées par les clients tunisiens est de 1 669 560 contre 1 403 500 en 2015 par ce chiffre continu à grimper pour atteindre en 2017 une hausse de 20,3% soit 2 007 674 nuitées. Le tourisme domestique recourt à différentes formes d'hébergement outre qu'hôtelière les séjours dans les résidences secondaires sont également une forme pratiquée ce qui impose un défi pour les planificateurs et gestionnaires qui est celui de chercher des meilleures formes pour mieux cadrer et organiser le développement de cette forme touristique.

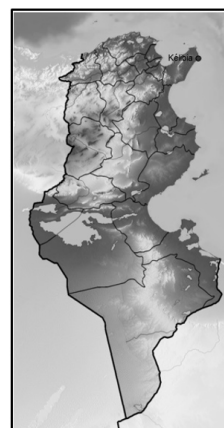


Figure 9: Situation géographique la ville de Klébja Source : Google Image

Tourisme national de prés ; Cas de Klébia, tunisienne de poisson.

Tunisie

Une ville côtière du Nord-Est de la Tunisie. Située à la pointe de la péninsule du cap Bon, à une centaine de kilomètres de Tunis via Menzel Bouzelfa, elle est la troisième ville du gouvernorat de Nabeul après Nabeul et Hammamet.

Elle est le chef-lieu d'une délégation et d'une municipalité comptant 46 856 habitants en 2014. Elle est par ailleurs un important port de pêche avec une production annuelle de 15 000 tonnes de divers produits de la mer, dont environ 15 % de la production

Klébia 'est dernière année connaît une forte amélioration du tourisme, la région est connue comme étant la station du tourisme interne se voit métamorphosée par ce phénomène face à l'apparition de nouveau coin de détente, animation réclamée autant que par les habitants que les visiteurs (cinéma, restaurant, centre de loisirs...) la région prend peau neuf. La capacité hôtelière de l'ordre de 866 lits prime abord le nombre est limitée mais c'est ce qui fait le charme de la région qui lutte contre la massification touristique pour éviter le sort de Djerba qui est devenue une île à touristes sans protection de la nature.



Figure 10: La plage El Mansourah Klébia. Source : Google Image

Les visiteurs tunisiens considèrent Klébia comme un *lieu social d'excellent de cohésion, essentiel et vital*. Il est même perçu comme un poumon social de la communauté.

La région fait parler d'elle, elle est un tape œil pour les investisseurs, ainsi un projet Tunisio-italien est concocté, un projet qui s'étend sur 52 hectares sur le site d'El Mansourah et qui consiste à réaliser une station touristique de 3000 lits, soit trois hôtels, un ensemble résidentiel et trois centres d'animation.⁽¹³⁾ Néanmoins la société civile refusant catégoriquement le projet qui consiste la privatisation des plages et protestent contre, le projet est comme une violation et détention de ce qui est droit l'article 21 de la loi 1995-73 relative au domaine public maritime : énonce que « L'utilisation commune du domaine public maritime est libre, égalitaire et gratuite. » Un projet à haut risque comme le déclare Sarah B.

Sociologue-Anthropologue autant sur les habitants

locaux que les visiteurs tunisiens ; cela aura des effets négatifs sur l'économie locale : la privatisation de la plage « El Mansourah », la plus importante de la ville et la destination privilégiée de centaines de milliers de vacanciers, affectera le tourisme intérieur devenu une composante essentielle du tissu économique local.

Pour réussir une stratégie une chaine d'acteur doit être impliquée autant privée, que public, l'opinion de la société civile ne peut être exclue sans aucun prétexte. Il est clairement apparat que le tourisme interne a sauvé ces dernières années le système touristique tunisien, les professionnels du domaine expriment leur volonté de développer des offres plus en adéquation avec la demande des visiteurs tunisiens pour les intégrer dans cette spirale. Le gouvernement de son coté comme le déclare le ministre du tourisme, porterait dorénavant un grand intérêt sur cette forme qui est désormais perçue comme une stratégie de survie, jugé comme un mécanisme important pour maintenir les dépens monétaires dans les limites de

l'état et un facteur pour le développement régional. Sauf que comme le prouve l'exemple de Klébia après le retour en grâce, la reprise spectaculaire du tourisme international en Tunisie les promesses sont vite oubliées. Preuve formelle qu'entre déclaration et fait les dirigeants Tunisiens se perdent.

Les habitats de la ville de Klebia protestant contre la privatisation, le capitalisme et le tourisme en masses dites destructrices et luttent pour que la région reste celle d'un tourisme intérieur qui respecte l'environnement et valorise notre patrimoine. Une pétition⁽¹⁴⁾ en ligne est signée pour freiner le projet, reste à savoir jusqu'à quel horizon la voix des citoyens est entendue. De ce fait ont conclu qu'en Tunisie il n'existe proprement aucune stratégie de long terme pour à la faveur du tourisme domestique qui semble véritablement être une roue de secours à savoir un palliatif en période de vache maigre.

IV. CONCLUSION

La soutenabilité du tourisme national

Le tourisme domestique est proclamé comme un élément fondamental d'un développement régional durable sur le plan social et économique.⁽¹⁵⁾ En parlant de durabilité les trois dimensions se présentent, tout projet durable se doit d'assurer une efficacité économique, une équité sociale le tout dans le respect de l'environnement. En effet le tourisme national comme le démontre les deux exemples étudiés est un tourisme avec un fond durable qu'il est important de mettre en lumière.

Sur le plan économique,

- Le tourisme national entraîne une redistribution des richesses dans les limites de l'Etat
- Création d'emplois supplémentaires et génération de revenus plus élevés.
- Amélioration du niveau de vie.
- Augmentation de l'investissement.

Sur le plan social

- L'investissement dans de nouvelles infrastructures touristiques est un avantage à double bénéfice d'une part ça contribue à l'amélioration du cadre de vie des habitants locaux et une élève le degré d'attractivité

pour les visiteurs.

- Une forme touristique dite plus accessible, ce qui aide dans la réduction des inégalités sociales qui sont aussi toxiques pour la santé, provocateur d'un sentiment d'angoisse de frustration de colère et d'injustice.
- l'amélioration des aptitudes motrices et sociales ainsi que la créativité, les facultés intellectuelles et plusieurs autres aptitudes utiles dans la vie.
- Renforcer le sentiment d'appartenance et fierté.
- Un facteur incitatif à la pérennisation de nombreux métiers de l'artisanat.

Tourisme national en Algérie, recommandations

Le tourisme national devrait être plus en plus étudié et positionné au cœur de la stratégie de l'ADN de développement touristique. De nombreux pays développés ou encore en voie de développement comme on vient de le voir, affichent cette forme touristique comme un paramètre important à tenir en compte dans les projets d'aménagement des régions touristiques. À titre d'exemple aujourd'hui plus de trois millions d'Algériens se rendent en Tunisie, l'Office national du tourisme tunisien (ONTT). La politique touristique Algérienne face à ce chiffre fait preuve de défaillance, dresser une stratégie pour maintenir une partie de cette masse sur le territoire est un enjeu majeur, qui devra s'afficher comme priorité où lui accorder une même importance que celle-ci accorder aux internationaux. L'Algérie pourrait largement gagner sur le plan socioéconomique en s'orientant vers le développement du tourisme national. Le tourisme national peut constituer un apport considérable au développement économique régional par la répartition d'une part des richesses nationales. Suite à notre analyse des expériences nous avons tiré les principales recommandations en guise de servir d'orientation pour guider les modes de planifications en Algérie dans l'espoir d'aboutir à des planifications stratégiques de développement touristique durable :

1. Décloisonnement entre secteurs et favoriser l'approche transversale, gouvernance partagée, en développant des plateformes communes pour rapprocher entre les différentes parties (Ministère

de la Culture, ministère du tourisme, ministère de l'environnement, Ministère de la Poste, des Télécommunications...) pour le développement d'une stratégie intégrée.

2. Le développement d'une démarche de marketing territorial qui accompagne le processus du début à la fin, ainsi que développement de l'E-tourisme pour promouvoir la destination Algérie et créer un esprit compétitif entre opérateurs en permettant aux clients une visibilité lucide ; (comparaison des offres, personnalisation de la demande...).

3. Penser la stratégie de développement du tourisme international en concordance avec celle du tourisme national pour s'assurer une complémentarité, harmonie des actions.

4. Renforcer les mécanismes d'aide aux départs en vacances, et la destitution des chèques-vacances, le chèque permet à son détenteur d'avoir accès, à moindre coût, à une multitude de prestations de services (hébergement, restauration, séjours et transports, culture et découverte, loisirs et détente).

5. Réduire les inégalités d'accès aux loisirs.

6. Encourager les destinations de proximité, à travers de large campagne de communication.

7. Inciter les opérateurs touristiques à adapter leurs offres aux publics «jeunes» et «sénior».

8. Enrichir l'offre destinée aux résidents, travailler sur la qualité des services et proposer le meilleur rapport qualité- prix.

9. Diversifier l'offre de transport et veiller sur l'aspect confort : station de repos, le développement du rail, et renforcer le transport par voies navigables.

10. Encourager les investissements hôteliers et proposer de nouvelle formule d'hébergement qu'il faut encadrer et organiser comme le logement chez l'habitant.

11. Lutter contre les organisateurs non déclarés.

12. La concertation et le dialogue entre acteurs (public, privée, citoyen). Inciter ainsi à la concertation et de participation citoyenne dans le développement du tourisme.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Géraldine Froger, Mehdi Marzouki. « Les formes de tourisme dans les régions ouest de la Tunisie : enjeux, opportunités et limites ».
- Hanafi Dorra. « Communication touristique en temps de crise. Le cas de la Tunisie ». Maîtrise interdisciplinaire universitaire en études du Tourisme (MIT)
- Ministère de l'Environnement et du Développement Durable. PLAN D'ACTION NATIONAL SUR LES MODES DE PRODUCTION ET DE CONSOMMATION DURABLES EN TUNISIE | 2016
- Ministère du tourisme. Direction de la réglementation du développement et de la qualité. Tourisme et Changement Climatique : La durabilité au cœur de la Stratégie du Tourisme Marocain
- Mohamed Berriane UNESCO. Tourisme, culture et développement dans la région arabe.
- Mohamed Berriane. Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc. Etude géographique. Géographie. Université François Rabelais - Tours, 1989. Français.
- Observatoire du tourisme Maroc. Tableaux de bord nationaux 2018. <http://www.observatoiredu tourisme.ma/roles-et-missions/>
- République Tunisienne. Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Tourisme en chiffres : <http://www.tourisme.gov.tn/realisations-et-perspectives/tourisme-en-chiffres.html>
- Royaume du Maroc .Tourisme interne marocain, roue de secours ou véritable stratégie ? Mémoire de fin d'étude en administration et gestion des entreprises touristiques et hôtelières. Institut supérieur national du tourisme de Tanger.
- Royaume du Maroc, Ministre de l'économie et des finances. Direction des études de privation financière. Le tourisme interne en tant que levier de croissance pour le secteur 2014.
- Royaume marocain, haut-commissariat au plan, « Annuaire Statistique Régional Souss Massa »,
- Station Touristique Kélibia la Blanche. Recueils Presse Nationale. Sous le Patronage de Mr Nadhir Hamada, Ministre de l'Environnement et du Développement Durable & En Présence de Mr Mohamed Lamine El Abed Gouverneur de Nabeul.

Notes bibliographiques

- 1- Mohamed Berriane. Tourisme national et migrations de loisirs au Maroc. Etude géographique. Géographie. Université François Rabelais - Tours, 1989. Français.
- 2- Brahim Moudoud and Abdelkrim Ezaïdi, « Le tourisme national au Maroc : opportunités et limites de développement », Téoros, 24-1 | 2005, 25-30.
- 3- Abdelwahab BIAO. « LE MAGHREB ET LA GUERRE DU GOLFE ».
- 4- Brahim Moudoud and Abdelkrim Ezaïdi. Op.cit.
- 5- Brahim Moudoud , Op.cit
- 6- Hilal M.Jaouad, Zahim Abdessamad." Tourisme interne marocain, roue de secours ou véritable stratégie ? »
- 7- Royaume du Maroc, Ministre de l'économie et des finances. Direction des études de privation financière. Le tourisme interne en tant que levier de croissance pour le secteur 2014. P5
- 8- Stratégie du tourisme au Maroc : vision 2020. Rabat 2013.
- 9- Youssef Roudaby, « Le tourisme interne est en bonne santé, selon Lahcen Haddad ».
- https://www.huffpostmaghreb.com/2015/11/24/tourisme-interne-maroc_n_8636778.html. Consulté le 05/08/2018.
- 10- Viviane Tauran-Jamelin, Marketing du tourisme : 1re et 2e années. P45.

11- Sevil F.Sönmez. « Tourism, terrorism, and political instability”.
[https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)00093-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)00093-5)

12-AMBASSADE DE FRANCE EN TUNISIE SERVICE
ECONOMIQUE REGIONAL.

13- Station Touristique Kélibia la Blanche. Recueils Presse Nationale.
Sous le Patronage de Mr Nadhir Hamada, Ministre de l'Environnement
et du Développement Durable & En Présence de Mr Mohamed Lamine
El Abed Gouverneur de Nabeul.

14-<https://www.mesopinions.com/petition/nature-environnement/contre-privatisation-plages-kelibia/6409?commentaires-list=true> :
consulté le 12/09/2018.

15-Domestic tourism a chance for regional development in Turkey?
Astrid Seckelmann. Department of Geography, University of Passau,
D-94030 Passau, Germany