



**« Le paysage : un outil de développement
d’attractivité territoriale dans la région de jijel »**

**"The landscape: a tool for developing territorial
attractiveness in the region of jijel"**

BOUHELOUF-BERRETIMA Yasmine

Architecte-Docteure en urbanisme, Enseignante -Chercheure à
l’université de Bejaia, Membre au Laboratoire LREAU –
USTHB ALGER. Email : bouhelouf.yasmine@yahoo.fr Tel :
07 77 39 91 33

Date de réception : 26/05/2021 Date d’acceptation: 06/07/2021
Date de publication : 15/07/2021

Résumé :

A travers ce travail, nous nous interrogeons sur le paysage
comme levier et enjeu des dynamiques économiques et de
créativité dans la région de Jijel et comment peut-elle participer
au développement de son territoire et de son attractivité ?

Pour répondre à notre questionnement, nous nous appuyons, dans
notre méthodologie, sur l’approche de « *best practice cases* »,
en essayant d’analyser les bonnes pratiques et les politiques les
plus efficaces pour renforcer l’attractivité territoriale en
explorant l’apport du paysage dans le but d’assurer un
développement social et économique local pérenne.



Dans notre analyse, nous nous proposons également d'analyser :

- Le rôle de paysage dans l'effet d'attraction ;
- L'influence de l'attractivité territoriale, basée sur son lieu destination, et son développement local ;

Aussi les perspectives qui permettent à la région de Jijel, d'exploiter son potentiel paysager remarquable, son attractivité touristique pour qu'elle devienne un vecteur porteur de dynamisme et de développement local. Cet ensemble nous permettra de montrer comment la région de Jijel peut tirer profit des expériences étrangères afin d'optimiser la mise en tourisme de ses potentialités paysagères pour un développement économique et urbain soutenable.

Les mots clés : paysage, ressource, attractivité touristique, développement local, région de Jijel.

Abstract :

Through this paper, we wonder about the landscape as a lever and stake of economic dynamics and creativity in the region of Jijel and how it can participate in the development of its territory and its attractiveness ?

To answer our questioning, we rely, in our methodology, on the approach of "best practice cases", trying to analyze the best practices and the most effective policies to strengthen the territorial attractiveness by exploring the contribution of the landscape in order to ensure a sustainable social and economic local development.



In our analysis, we also propose to analyze

- The role of landscape in the attraction effect;
- The influence of the territorial attractiveness, based on its destination, and its local development;

Also the perspectives which allow the region of Jijel, to exploit its remarkable landscape potential, its tourist attractiveness so that it becomes a vector carrying dynamism and local development. This set will allow us to show how the region of Jijel can take advantage of foreign experiences in order to optimize the tourism of its landscape potentialities for a sustainable economic and urban development.

Key words: landscape, resource, tourist attractiveness, local development, Jijel region.

1. Introduction

Reconnue comme un bien public local et une ressource territoriale spécifique, le paysage par le biais de son approche ressourcielle et de par sa dimension économique représente bien une composante de l'économie. « *Après une longue évolution dans la prise de conscience de l'intérêt des paysages, de plus en plus, le paysage est vu comme un outil intégrateur des politiques de développement* » (GODART, DECONINCK, sans année, sans pagination) c'est pourquoi il présente actuellement pour beaucoup de pays une richesse économique de premier ordre, un



atout un avantage sur lequel il faut miser pour se différencier et se positionner.

Notre objectif dans ce présent travail est de mettre la lumière sur la relation qu'entretient le paysage avec l'attractivité en essayant de comprendre d'abord la nature de cette relation et ensuite les mécanismes avec lesquels le paysage peut influencer le développement local durable des territoires à travers la présentation de quelques expériences étrangères. Nous tenterons à la fin de ce travail de montrer comment la région de Jijel peut tirer profit des expériences étrangères afin d'optimiser la mise en tourisme de ses potentialités paysagères pour une attractivité et un développement économique et urbain soutenable.

2. Le paysage, les mots pour le définir

La notion de paysage est en évolution, pour ne pas dire en plein renouveau. Un double mouvement semble activer ce phénomène. D'une part, les chercheurs impulsent, sous l'élan des sciences humaines et sociales notamment, la construction de nouveaux cadres conceptuels et méthodologiques, facilitant une plus grande articulation entre la dimension matérielle et celle des représentations sociales. D'autre part, une demande sociale multiforme des sociétés locales pousse les acteurs du développement territorial à : intégrer le paysage comme un élément de réflexion et de projet, gérer les espaces et leurs fonctions assignées, dans le cadre d'un nouveau paradigme, une nouvelle manière déposer les enjeux des territoires, de tous les territoires (PARADIS, LELLI, 2010, p 02)



Le paysage désigne donc « *une partie de territoire telle que perçue par les populations* » (Convention européenne du paysage, Conseil de l'Europe, 2000 in HAMOUM, 2016, p43). Cette définition du paysage implique une certaine dynamique, car le paysage doit pouvoir évoluer non seulement en fonction des activités humaines qui le dessinent, mais aussi selon les individus qui le regardent et dont le contexte culturel et social change. Cette dimension évolutive du paysage est importante à prendre en compte dans les projets qui le concernent.

Ainsi le paysage, plus qu'un objet ou une simple aménité, pris comme l'icône du territoire, un fond et un arrière-plan, celui-ci est aussi un outil de développement. Cette notion d'outil prend le sens d'un moyen, d'un levier, d'un vecteur et d'un moteur d'action pertinent permettant aux acteurs d'un territoire d'agir sur le devenir de leur territoire en vue de le développer et d'améliorer le cadre de vie de sa population. Par ailleurs, celui-ci doit être doté d'une assise métrologique et instrumentale lui permettant de faire rencontrer des objectifs de préservation, de gestion et d'aménagement.

Sur le plan économique, le paysage est un concept relativement nouveau dans l'analyse économique. Son caractère multi-attributs conjugué à la difficulté de trouver des normes universelles d'appréciation du paysage rendent l'estimation de sa contribution à l'économie locale plus complexe. (DISSART, VOLLET, 2011, p 88)



3. Le Paysage comme ressource dans les projets de développement local

Selon ROGER Brunet (1995, p 201) « *La ressource est toujours un moyen pour créer de la richesse* ». Une ressource territoriale est aussi un moyen pour créer du territoire, ou à tout le moins pour le renforcer et en préciser l'existence . le paysage ou parfois seulement certains de ses elements joue fréquemment de role genetique par rapport au territoire , que sa mise en œuvre s'opere de mainere spontanée ou dans le cadre de stratégies plus réfléchies (CLARY, 1995, p 05). en effet D. LABAT précise que le paysage constitue une ressource économique, sociale, et politique pour les acteurs dans l'edification de leur projet en s'appuyant sur les représentations et les valeurs »

Dans ce sens les ressources sont caractérisées comme étant spécifiques lorsque les acteurs parviennent à faire valoir leur ancrage spatial et par là leur caractère difficilement reproductible et transposable d'un territoire à l'autre, selon cette approche, le territoire et les ressources se Co-construisent en quelque sorte. C'est l'existence même d'un territoire « voulu » qui semble pouvoir déterminer la mise en valeur de ressources potentielles. Dans cette perspective, le paysage fait partie des potentialités endogènes susceptibles d'être révélées à travers un processus de spécification. Mais la particularité de la ressource paysagère tient dans le fait qu'elle permet - plus que d'autres de nature moins transversales - d'ouvrir sur une approche intégrée des spécificités territoriales, de leur cohérence, et de leurs liens avec les modalités de développement. En cela le paysage offre



un support privilégié pour la construction territoriale. (PEYRACHE - GADEAU, PERRON, 2010).

Le paysage comme ressource ou la ressource paysager prend de multiples formes. Elle peut être analysée selon au moins deux approches.

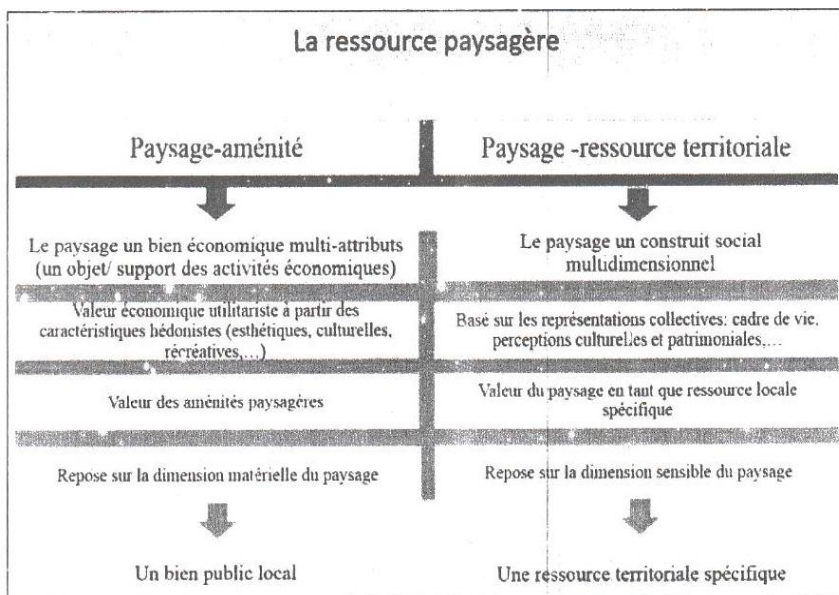
La première l'approche dit **paysage-aménité** qui envisage celui-ci comme un bien économique multi attribut et doté d'une valeur économique utilitariste calculé à partir de la composition des caractéristiques hédonistes qui lui sont reconnues (esthétiques, culturelles, récréatives, etc.). Celle-ci se base donc sur l'internationalisation dans le calcul économique de la valeur des aménités paysagères en prenant en compte la contribution de certaines activités à la qualité paysagères.

La deuxième approche dite **paysage-ressource territoriale** (PEYRACHE-GADEAU, PERRON, 2010) ou le paysage est envisagé comme un construit social multidimensionnel, relevant de processus associant des représentations collectives ou, selon M. J FORTIN, et d'après V. PEYRACHE-GADEAU et L. PERRON (PEYRACHE-GADEAU, PERRON, 2010), « *s'entremêlent environnement, cadre de vie, et perceptions culturelles et patrimoniales* » qui définissent les valeurs du paysage en tant que *ressource locale spécifique* DAVEZIES . 2009, p 45).

Dans ce sac, la ressource-paysagère se définit selon S. FERRARI (2004), cité toujours par V. PEYRACHE-GADEAU et L. PERRON (SGARD. In HAMOUM, 2016, p 43), non pas

en fonction d'une consommation potentielle, mais selon les modalités extrêmement variées de sa production et de sa reproduction/ conservation.

Figure 1: Schéma récapitulatif de la ressource paysagère



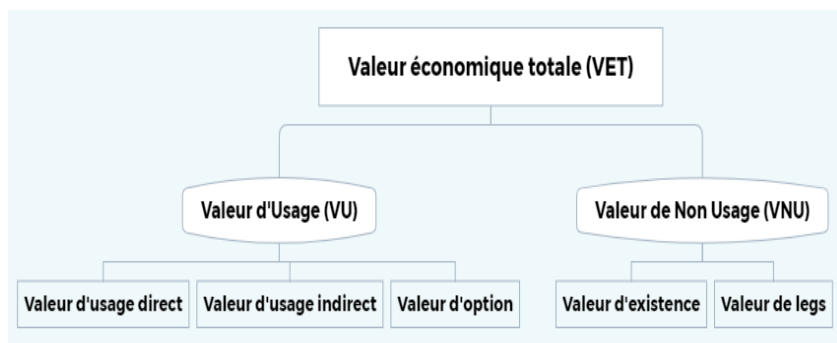
Source : HAMOUM. 2016. p46

4. Les valeurs du paysage liées au développement

« Le paysage est un bien commun comme convergence de valeurs, de modes d'actions, de mythes qui définissent la possibilité d'un projet partagé » (PLOTU,2000, p 295). En faisant référence à la notion de la valeur économique totale (VET), ces valeurs du paysage se classent sous deux grandes catégories en valeurs d'usage et valeurs de non usage. Chacune

de celles-ci se décompose à son tour en sous catégories de valeur comme il figure dans le schéma suivant

Figure 2: Composantes de la valeur économique totale



Source : PLOTTU, 2000, p290

Les valeurs d’usage sont dépendantes de leur utilité et désignent l’ensemble des bénéfices directs (comme les activités de loisirs), indirects (comme les bénéfices environnementaux) et les valeurs d’options, renvoyant aux usages futurs potentiels du paysage. Quant aux valeurs de nos usages, celles-ci sont moins tangibles que les valeurs d’usage mais pas moins importantes. Elles incluent généralement les valeurs d’existence liées au fait de savoir que tel paysage existe, et les valeurs de legs qui représentent les valeurs d’héritage à préserver pour les générations futures (HAMOUM, 2016, p 94)

5. L’impact du paysage sur le développement des territoires

Comme cela a été souligné plus haut, le paysage est un concept relativement nouveau dans l’analyse économique. Son caractère



multi-attributs conjugué à la difficulté de trouver des normes universelles d'appréciation du paysage rendent l'estimation de sa contribution à l'attractivité économique plus complexe.

Aujourd'hui, les liens entre paysage et l'attractivité demeurent insuffisamment explicites. Mais le caractère de bien public du paysage signifie que la politique publique peut jouer un rôle dans la gestion de cette ressource, tant du point de vue de son développement que de sa protection. Mieux cerner la relation paysage-économie locale permet également d'envisager une meilleure articulation entre les enjeux de la croissance économique et ceux de la qualité de vie.

En conséquence, dans cette section nous allons montrer le cadre des relations entre aménités paysagères et développement local. Dans ce sens plusieurs auteurs rendent amplement compte de l'une des conséquences actuellement les plus aisées à observer du paysage sur le développement local, c'est-à-dire le développement d'emplois liés plus ou moins directement à l'attractivité résidentielle ou touristique, et cela à travers l'amélioration de cadre de vie, l'affirmation de l'identité des territoires, la création d'une image de marque comme sujet des stratégies de marketing territoriale.

5.1. Le paysage, identité, image de marque, marketing territorial

Si la thématique du *branding* des destinations touristiques est sujet de discussions, de critiques, voire de polémiques c), la nécessité de disposer d'une image clairement définie est une évidence pour pouvoir profiter de l'impact positif sur le capital-



marque. Dans ce cadre, le paysage est une ressource potentiellement identitaire, en quelque sorte une ressource « territorialisante », une ressource spécifique particulière, qui justifie la place qu'il occupe aujourd'hui comme instrument de réflexion territoriale (BENOIT Meyronin, 2012, p 12). Dans ce sens le paysage entre dans un processus de spécification et de différenciation c'est en cherchant un meilleur positionnement sur le marché que ce processus de différenciation recourt à l'utilisation de l'image du territoire à travers d'abord un processus de publicité fictif.

Nicolas Babey, professeur à la Haute École Arc (Suisse), affirme : « *L'image d'un lieu exprime un ensemble d'objets réels, matériels ou immatériels. Améliorer l'image d'un lieu, c'est d'abord travailler sur les objets qui le composent* » (FILONI. 2012. P 99).

Le paysage confère aux habitants un motif de fierté et une identification positive et il peut influencer l'installation d'entreprises, attirer de nouvelles populations ou inciter les habitants de la ville à la sédentarité car il est un paramètre important de la qualité de vie.

Le paysage naturel apparaît donc comme l'incarnation visible et palpable de la mémoire des territoires. Ils affirment l'identité et les spécificités locales signifiant que le monde contemporain évolue dans le sens d'une plus grande homogénéisation et uniformité. La singularité du paysage contribue donc à façonner une image de marque dont les acteurs de l'aménagement et du tourisme s'inscrivent comme un moyen propice à assurer et à consolider l'attractivité du territoire.



5.2. Le paysage et attractivité touristique

Indirectement par sa forte capacité évocatrice et symbolique, le paysage s'utilise aussi dans ce domaine comme un argument publicitaire pour vendre des destinations touristiques et (FABRY, ZEGHNI, 2012, p 99) C'est dire l'importance des paysages, des images qu'ils procurent, symbolisées par exemple par les productions du photographe. Les représentations de paysages, souvent naturels, contribuent à « valider » l'attractivité des sites où l'on vient, comme les premiers touristes, retrouver en vrai des images appréciées. (BOURGAIN et al, 2010, p 08)

Le tourisme est une Activité directement fondée sur les paysages, l'environnement et le patrimoine. La beauté des sites de la côte et leur capacité à régénérer les corps et les esprits motivent les pratiques du tourisme depuis la fin du XIX^e siècle : on peut dès maintenant cité l'exemple de la région jijilien qui reçoit chaque été plus de 6 millions estivants (Direction du Tourisme) malgré le manque des infrastructure hôtelières (hébergements, restauration...etc.) 80% des touristes du Jijel évoquent la beauté des sites naturels comme motivation et les paysages marins sont là pour satisfaire leur appétit pour les éléments de nature première, intacte.



5.3. Le paysage, attractivité résidentielle, des classes créatives, économique

Les paysages sont aussi une ressource de développement, à travers le tourisme bien sûr, mais aussi parce qu'ils contribuent à créer un environnement de vie attrayant et particulier qui contribue à maintenir les populations qui y sont attachées et à attirer de nouveaux résidents notamment la classe créative, des jeunes diplômées ...etc. à travers l'amélioration de leur cadre de vie, qui représente aujourd'hui un enjeu majeur pour les territoires qui cherchent à développer son attractivité résidentielle et par conséquent son économie à travers ce que Laurent DAVEZIES appelle l'économie résidentielle ou l'économie présentielle (2009,p50)

Dans ce sens plusieurs pays ont opté pour le plan de paysage comme démarche concertée qui permet d'impliquer les citoyens dans un projet de territoire, de renforcer l'attractivité du territoire et d'améliorer le cadre de vie.

6. MÉTHODE : Analyse de best practice case

6.1. Analyse de quelques stratégies d'attractivité basées sur le paysage

6.1.1. Exemple du Lac Tremblant : une étude de cas exemplaire

Le mont Tremblant, situé dans les Laurentides au Québec, est une des destinations touristiques parmi les plus attractives du Canada, voire de l'Amérique du Nord, tant pour les vertus de son paysage « naturel » que ses qualités récréatives. Sa trajectoire paysagère connaît des étapes et des modes de mise en valeur successifs depuis le milieu du XIXe siècle jusqu'au développement récent de la plus importante station de ski de l'est de l'Amérique du nord. (JOLIET, MARTIN, 2007, p 56)

Figure 3: Vue générale sur Lac Tremblant



Source : <https://lac-tremblant-nord.qc.ca/>

L'étude de cas du lac Tremblant est exemplaire en termes d'attractivité, tant par le point focal touristique d'une région qu'il est devenu que par les représentations qu'il génère depuis plusieurs décennies. Le lac Tremblant est au cœur des Laurentides, région située au nord de la ville de Montréal et associée dans l'imaginaire québécois aux « Pays d'en haut »,



symboles de l'histoire sociale des Canadiens français et aujourd'hui lieu où s'enracine la construction sociale que les Québécois font de la nature.

L'objectif de la mobilisation de ce paysage emblématique était le développement ou bien le renforcement de l'attractivité touristique et cela à travers l'affirmation de l'image de marque, et l'identité de ce territoire en jouant sur les représentations sociales du paysage.

6.1.2. Exemple de la communauté de commune de Val de Galilée

La Communauté de Communes du Val de Galilée est une ancienne [communauté de communes française](#), qui était située dans le [département](#) des [Vosges](#) en [région Lorraine](#). Sept communes font partie du [Parc naturel régional des Ballons des Vosges](#), six sont classées en zone montagne. La Communauté de communes est située à 15 minutes de [Saint-Dié-des-Vosges](#), en bordure de la ligne de crêtes qui délimite les régions [Lorraine](#) et [Alsace](#).

Grace à son projet de territoire, inscrit sur un temps relativement long, la CCVG a retrouvé un nouveau dynamisme et une attractivité forte pour son territoire. Ses actions riches lui ont permis de faire figure d'exemple en termes de démarche en faveur du développement durable, de projets concertés et de renforcement de son agriculture.

Figure 4: le paysage de CCVG. Un exemple de projet de territoire durable



Source : <https://www.annuaire-mairie.fr/communaute-communes-du-val-de-galilee.html>

En prenant compte que chaque action va avoir des incidences sur l'emploi, la qualité de vie quotidienne et l'économie locale, la CCVG a adopté une approche systémique transversale et pluri thématique qui lie et qui génère des projets de développement. Cette approche a permis une meilleure mobilisation du paysage que la CCVG a intégré comme moyen et un outil pour concrétiser son projet.

Le paysage a permis d'avoir une connaissance partagée du territoire et une vision commune. Celui-ci est envisagé par la CCVG comme un ferment et un déclencheur qui a permis d'atteindre ses objectifs de développement tracés en amont.

A travers le plan de paysage, la CCVG a décliné son projet en une stratégie globale et transversale de valorisation de paysage. L'analyse montre que plusieurs valeurs paysagères (identitaire,



esthétique, marchande...) ont été mobilisées dans des actions de valorisation multiples concernant plusieurs à la fois : agricole, tourisme, urbanisme, hébergement... par l'espace d'échange et la capacité de médiation paysagère, plusieurs projets dispersés sur l'ensemble du territoire ont été rassemblés et raccordés pour assurer une cohérence globale.

L'animation, la sensibilisation et la formation traduisant une ingénierie interne de qualité, ont joué un grand rôle dans la réussite de l'ensemble des actions engagées. L'exemple montre que l'intégration du paysage en tant qu'outil a permis d'assurer un développement cohérent concerté et durable pour ce territoire (HAMOUM, 2016, P 119)

6.1.3. L'exemple de le Cantan du Vercors Drômois

Cet exemple traite un paysage emblématique avec une forte notoriété. Le Cantan du Vercos Drômois est situé au cœur du Parc Naturel Régional du Vercors (PNRV) en région Rhone-Alpes, à cheval entre le département de l'Isère et celui de la Drôme. D'une superficie de 223 Km², il regroupe 5 communes qui englobent en tous plus de 2000 habitants.

Figure 5: Le paysage à Cantan du Vercors Drômois.



Source : Google image

Cet exemple montre un autre territoire développé à partir de la valorisation de ses ressources locales particulièrement de ses paysages naturels et culturels riches et emblématiques reconnus comme les principaux attraits de ce territoire, et ce dans plusieurs domaines à la fois et selon les mêmes procédés de valorisation rencontrés ci haut. Après une longue déprise, le territoire a connu un renouveau démographique grâce à sa stratégie d'image, de revitalisation et d'attractivité basée sur la valorisation, la préservation et l'optimisation des forces et des qualités du territoire au profit de la qualité de vie de ses habitants et l'intérêt général. Aujourd'hui la vocation touristique du Vercors Drômois est acquis grâce à un engagement de l'ensemble de ses acteurs.

La réussite de cette stratégie est due à son inscription dans un territoire cohérent, de qualité et à forte notoriété, celui du PNRV qui a mis son dynamisme, sa politique de développement et son



image au service du Canton du Vercors Drômois : mais aussi par le développement d'un nombre considérable de labellisations et de constitution des paniers des produits et

Des services sur ce territoire (service public, commerciaux, d'accessibilité au NTIC) est un garant de la réussite de son attractivité et du maintien des équilibres de vie individuels comme la cohésion sociale. Grâce à cette stratégie, la qualité environnementale, qualité paysagère, qualité du cadre de vie, proximité sont des notions qui trouvent leurs sens dans le Vercors Drômois

Pour maintenir ce niveau satisfaisant atteint d'attractivité mais aussi pour répondre qualitativement à de nouveaux enjeux, la CCV a mis en place un nouveau projet de territoire axé sur la valorisation accrue de son patrimoine historique et paysager et du cadre de vie de qualité.

7. RÉSULTATS ET DISCUSSION

7.1. Le paysage naturel dans la région de Jijel, attractivité touristique et développement local

7.1.1. Présentation de la région de Jijel

Située dans la partie Nord-est de l'[Algérie](#), dans la région de la [Petite Kabylie](#) couvre un territoire de 2.398 km². Elle est délimitée administrativement, par : La mer méditerranée, au Nord, La wilaya de Skikda à l'Est, La wilaya de Bejaia, à l'Ouest, Les wilayas de Constantine et de Mila au Sud.



Sur les plans physique et naturel, la région de Jijel est située dans la partie Est de l'Atlas tellien, une chaîne de montagnes qui s'étend d'ouest en est sur l'ensemble du territoire nord du pays.

Sur le plan démographique, la wilaya de Jijel abrite une population totale estimée à 663 309 habitants au 31-12- 2010 (DPAT), soit une densité de peuplement au Km² de 277 habitants/Km².

7.1.2. Atouts et potentialités paysagères pouvant booster un développement territoriale qualitatif de la région de Jijel

Réputée par sa beauté envoûtante, la wilaya côtière de Jijel recèle des trésors naturels inestimables faisant d'elle une région au charme exceptionnel avec ses montagnes majestueuses, ses forêts fantastiques et ses plages paradisiaques. La région de Jijel recèle des potentialités naturelles diverse qui peuvent se résumer comme suit

- L'écosystème forestier, qui est composé du patrimoine forestier qui couvre une surface totale de 115.000 Ha, soit 47,98% du territoire de la wilaya. En plus de leur caractère productif, elles offrent des paysages paradisiaques, associant entre gorges magnifiques (gorges de l'oued El Kébir) et végétation luxuriante à base de chêne liège.

Figure 6: Aftis, Pied mont des Babors
Figure 7: paysage rural à Beni Ahmed



Source : www.jijelinfo.dz

- L'écosystème lacustre, représenté par : le lac de Beni Belaid, le marais d'El-Kennar, le marais d'El-Mardj, le marais de chekfa, la retenue El-Aouana.



- L'écosystème dunaire, représenté par le cordon dunaire, situé entre Jijel et oued Zhor, dont la hauteur atteint 15 à 25 m au niveau de l'oued El-Kebir.
- L'écosystème marin, où de nombreux gisements de corail rouge sont recensés : Ziamansouriah (02 sites), Ras El-Aouana (02 sites), Ras El-Afia, banc des Kabybes, Jijel (04 sites) et Sidi Abdelaziz (02 sites).
- L'écosystème rupestre de Jijel, où 15 espèces fauniques et plusieurs espèces floristiques sont recensées.
- Les grands ouvrages Hydrauliques : En attendant l'achèvement du barrage de Tabellout, qui est en cours de réalisation, la wilaya de Jijel est équipée de quatre grands ouvrages hydrauliques en exploitation, d'un volume total régularisable par an de 309 Hm³ : le barrage d'Erraguen, le barrage d'Agrem, le barrage de Kissir et le barrage de Boussiaba.
- Les sites balnéaires La côte de la wilaya de Jijel s'étend sur 120 Km aux paysages pittoresques, associant la beauté de la mer à celle des massifs montagneux dont les vastes forêts de chêne liège descendent jusqu'au rivage. On cite d'ouest en est, plus particulièrement : Ziamansouriah, Aouana, Jijel, Beni belaid.
- Le parc animalier de Kissir Créé en 2006 au sein même du parc de Taza, à Kissir dans la commune d'El-Aouana, le parc animalier de Jijel est un espace de loisir et de détente, qui s'étend sur une superficie de 25 ha. Il abrite



plusieurs espèces de mammifères ainsi que des volières d'oiseaux.

- Les Zones humides : En plus des ouvrages hydrauliques (barrages et retenues collinaires), la wilaya de Jijel abrite trois zones humides importantes de par leur flore et leur faune : le lac de Beni-Belaid (réserve naturelle ornithologique), le marais de Chekfa et la retenue d'El Aouana,

Par ailleurs, il est envisagé à plus long terme, un projet de parc naturel régional à Béni-Bel-Aïd afin de préserver les bassins versants influant sur la zone humide (Site RAMSAR) d'intégrer le barrage en amont pour en assurer une gestion écologique adéquate.

- Le parc national de Taza Créé par décret en 1984, a pour mission la préservation du patrimoine naturel terrestre et marin de la région. Situé sur le territoire des communes d'El Aouana, Selma et Ziam Mansouriah et Erraguene, il couvre une superficie de 3807 hectares et se distingue par : La richesse de sa flore, qui se compose de pas moins de 413 espèces de végétaux supérieurs, 147 espèces de plantes médicinales et 135 espèces de champignons ; et la diversité de sa faune, qui se compose de 15 espèces de mammifères, dont 11 protégées ; 131 espèces d'oiseaux, 89 espèces de passereaux, 23 espèces de rapaces, toutes protégées et 19 espèces d'oiseaux d'eau, dont 07 protégées.



Certes, la région de Jijel dispose d'un potentiel qui reste peu exploité mais souffre également de faible visibilité à l'extérieur par rapport à d'autres villes avoisinantes. Mais, beaucoup reste à faire de la part des autorités locales afin d'agir sur les autres aspects d'attractivité telles que l'image et l'identité. Dans ce sens la mobilisation de la ressource paysage joue un rôle important pour rehausser l'image de Jijel, de retrouver sa singularité, et de se différencier pour transmettre un message original.

- ❖ ***Le patrimoine naturel et paysager, élément essentiel de l'image de Jijel :*** La ville de Jijel est réputée pour son patrimoine naturel exceptionnel qui est un atout pour sa promotion et sur lequel peut se baser la communication de la destination vers cette région. Aussi, l'intégration de la nature dans ses projets peut confirmer son image de marque en tant que ville à haut qualité paysagère.
- ❖ ***Le « retour à la mer » :*** Pour Jijel les espaces d'interface « ville-port » sont riches sur le plan de l'histoire sociale de cette ville parce que leur présence est forte dans l'imaginaire de sa population. Dès lors, les projets d'aménagements doivent conduire à la valorisation de paysage maritime ainsi que l'ouverture du port à la population et celui de la ville à la mer. Nos enquêtés déclarent que ce processus de création d'une image de marque doit être accompagné par un cadre de suivi et



d'évaluation clair dans la stratégie et le plan de création et de promotion de cette image. Il faudrait veiller que ce processus demeure gérable et doit être mené à terme, disposé à changer tout en adoptant une stratégie durable de développement du secteur du tourisme dans cette ville portuaire.

7.1.3. La problématique d'attractivité et de développement de territoire de Jijel

Il est clair que nous ne nous pouvons pas cerner en ces quelques lignes toute la problématique de développement d'un territoire aussi vaste comme la région jijilien aussi habité aux problèmes et enjeux multiples qui se croisent pour dessiner une situation lamentable. Néanmoins, cette analyse sommaire et générale nous a permis de comprendre que la région de Jijel manque de développement local qualitatif et durable c'est-à-dire un développement endogène en exploitant l'énorme potentiel qu'elle possède notamment le paysage naturel.

Une région à vocation touristique qui doit être confirmé selon ses habitants et ses gestionnaires vue sa richesse en patrimoine naturel. Les orientations de Plan d'Aménagement Wilayal (PAW) vont dans ce sens en ce qui concerne le développement économique via l'attractivité touristique à Jijel. Le paysage et les ressources naturels sont à mobiliser mais aussi protégées notamment la côte ouest de la région, qui commence déjà à subir les résultats de la mauvaise gestion urbaine ; des Zone



d'Expansion Touristiques (ZET) ont été déjà annulées ou déclassées car ils ont été défigurés par l'habitat illicite.

Dans ce qui suit nous allons énumérer les difficultés entravant la démarche de développement local dans ce territoire

- La faible valorisation du potentiel touristique naturel.
- Son enclavement physique
- La dépendance de l'économie nationale de la seule rente pétrolière ce qui engendre des prises de décisions urgentes et des actions au coup par coup, sans la moindre planification ni une vision stratégique à long terme.
- Le désengagement de l'état.
- Le faible degré de décentralisation limitant les prérogatives des élus et le mode de financement des projets.
- La politique de développement de l'état qui a occulté les espaces naturels à la faveur des espaces urbains.
- La surexploitation de certains sites naturels et la protection insuffisante des sites archéologiques et paléontologiques.
- La faiblesse du système de réseaux de télécommunication et le coût élevé des communications internationales.
- La faible participation des communautés locales à la préservation du patrimoine naturel.



- L'absence ou le manque de stratégies touristiques et naturelles (Protection et valorisation du patrimoine, soutien à la créativité).
- Le faible niveau de coopération entre les secteurs du tourisme et de l'environnement ainsi que l'inefficacité des principales institutions publiques, des structures intermédiaires chargées de coordonner les actions du tourisme et de l'environnement, notamment dans les politiques de promotion (plans marketing et services-conseil inexistantes ou insuffisantes).
- L'inexistence ou l'insuffisance de la coordination entre le ministère chargé du Tourisme et les autres départements ministériels intervenant indirectement dans la mise en œuvre du tourisme.
- L'instabilité du cadre institutionnel s'accompagnant de changements d'équipes dirigeantes, ce qui a pour résultat d'entraver les performances du secteur.
- L'absence d'interventions refondateuses intégrées dans une politique globale.

8. Conclusion : Le processus d'activation de la ressource paysagère

Les mesures qu'il faudrait prendre pour remédier aux insuffisances constatées sont les suivantes :

- Mettre en place ou renforcer des stratégies efficaces ;



- Élaborer ces stratégies à partir d'une approche intersectorielle et interministérielle ;
- Impliquer dans ces stratégies les acteurs stratégiques publics et privés ;
- Prendre en compte dans l'élaboration de ces stratégies un certain nombre d'axes essentiels et incontournables déclinés ainsi : formation, promotion, partenariats et réaménagement des systèmes institutionnels, législatifs et financiers.

La formulation de stratégies correspondant aux aspirations et aux réalités paysagères de la région Jijilienne et à la demande touristique est un préalable essentiel à la mise en œuvre des programmes puisqu'elles clarifient les valeurs attachées au patrimoine et permettent d'éviter de coûteuses erreurs d'appréciation

D'un autre côté, et d'après les exemples cités plus haut on peut montrer les grandes lignes de processus d'activation de la ressource paysagère. Globalement la valorisation ou l'activation d'une ressource est une dynamique collective de plusieurs ordre cognitifs (changement de regard, nouvelles valeurs de la ressource, apprentissage savoir-savoir-faire...), relationnels (mise en relations et en réseaux des acteurs) et organisationnels (coordination des acteurs et des modes de valorisation)

Ce processus d'activation de la ressource est composé de quatre étapes clés, à savoir : La révélation, l'élargissement, le développement, et le renouvellement sachant que chaque processus de qualification ou de valorisation diffère d'un



contexte à l'autre, c'est pourquoi certains auteurs parlent d'originalité et de contextualisation, tandis que d'autres parlent d'absence de recette unique de valorisation.

La valorisation de la ressource paysagère peut se faire selon l'une de ces formules

- Logique réactive : selon laquelle les individus et les communautés valorisent un lieu en réaction à une menace réelle ou appréhendés
- Logique proactive : selon laquelle les individus et les communautés utilisent les caractéristiques de ce dernier comme autant de moyens facilitant la mise en œuvre du projet en question
- Logique stratégique : articulent les deux logiques réactive et proactive.

Sur le plan opérationnel, l'accompagnement ce processus nécessite divers formes d'ingénierie :

- Une ingénierie facilitatrice : favorisant la mise en lien des acteurs et des compétences croisement de regards sur les ressources
- Une ingénierie organisationnelle : coordonner des démarches collectives, des lieux d'apprentissage, la capitalisation des connaissances et savoir-faire, etc.
- Une ingénierie de régulation : production de normes, référentiels, évaluations légitimation institutionnelle (GIS Alpes Jura, 2007, sans pagination)



La valorisation et la mobilisation du paysage dépend aussi de plusieurs facteurs comme le précise L.VOISIN tels que l'histoire politique du territoire, le poids des représentations de l'Etat, la construction intercommunale, les enjeux naturels du territoire, les risques majeurs, les politiques touristiques, la présence d'un acteur public coordinateur ou d'un *leadership* .etc c'est pourquoi une valorisation dans de mauvaises conditions peut limiter les retombées locales comme l'ont bien souligné (DISSART, VOLLET, 2011, P 90) dans leur travail.

9. Références bibliographiques

- BOURGAIN ARNAUD ET AL. (2010) « L'attractivité : quel levier pour le développement ? », Mondes en développement, n° 149, pp07-10. DOI : 10.3917/med.149.0007 disponible en ligne ; <http://www.cairn.info/revue-mondes-en-developpement-2010-1-page-7.htm>
- BENOIT MEYRONIN, (2012) Marketing territorial : Enjeux et pratiques. vuibert. 3^e édition..231 pages
- CLARY D.(1995), Les ambiguïtés de la politique de tourisme dans l'espace rural français. Bulletin de l'association de géographie française n° 1995-1. Pp 4-13
- DAVEZIES LAURENT, (2009) « L'économie locale résidentielle », Géographie, économie, société 2009/1 (Vol. 11), p. 47-53. Article disponible en ligne à l'adresse



- : <http://www.cairn.info/revue-geographie-economie-societe-2009-1-page-47.htm>
- DISSART Jean-Christophe, VOLLET Dominique, (2011) « Le paysage moteur de développement local », dans : Walid Oueslati éd., Analyses économiques du paysage. Versailles, Editions Quæ, « Update Sciences & Technologies », p. 87-115. DOI : 10.3917/quæ.ouesl.2011.01.0087. URL : <https://www.cairn.info/analyses-economiques-du-paysage--9782759209231-page-87.htm>
 - DORMAELS Mathieu, (2015) Le paysage, un patrimoine au service du développement local et territorial in le cahier spécial. « Le GRIDEQ 40 ans de partage et de croisement des savoirs ». disponible sur <https://www.moutonnoir.com/2015/03/le-paysage-un-patrimoine-au-service-du-developpement-local-et-territorial>
 - FILONI, Graziella (2012). « Les Pyrénées à l'épreuve de la compétition des territoires : le secteur des métiers et de l'artisanat sujet du marketing territorial », Institut d'études politiques, Aix-en- Provence. 99 p.
 - GIS Alpes Jura (S-D) « Valorisation des ressources du territoire », résultats du programme de recherche développement, 2007-2012, sans pagination
 - GODART Marie Françoise, DECONINCK Mireille (S-D) « le paysage ? Nouvel acteur du développement



territorial ? Bruxelles, Belgique, sans année et sans pagination

- HAMOUM Ouarda (2016), le paysage, un outil de développement local durable des territoires montagneux. Mémoire de magister en Urbanisme. EPAU .2016. 150 pages
- JOLIET Fabienne, MARTIN Thibault, (2007) « Les représentations du paysage et l'attractivité touristique : le cas « Tremblant » dans les Laurentides », Téoros, 26-2 | , 53-58.
- PARADIS Sylvie, LELLI Laurent (2010) « La médiation paysagère, levier d'un développement territorial durable ? » In développement durable et territoires ; Economie, géographie, politiques, droit, sociologie. Dossier paysage et développement territorial. Vol 1, n°2/ septembre. Pp 1 -18
- PEYRACHE-GADEAU Véronique et PERRON Loïc (2010), « Le Paysage comme ressource dans les projets de développement territorial », Développement durable et territoires [En ligne], Vol. 1, n° 2 | mis en ligne le 23 septembre 2010, consulté le 02 juillet 2019. <http://journals.openedition.org/developpementdurable/8556>
- ROGER Brunet. Modèles de méditerranées. In : Espace géographique, tome 24, n°3, 1995. pp. 200-202. DOI : <https://doi.org/10.3406/spgeo.1995.3389>