

إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر

على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2025:

الآليات والبرامج

لحسين عبد القادر

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

بجامعة محمد البشير الإبراهيمي بـ برج بوعريـ ريج، الجزائر

ملخص:

تعد السياحة في العصر الحالي موردا هاما لكثير من الدول-خاصة دول الجوار- يتطلب الاهتمام به والقيام بتطويره وتنميته، ليصبح موردا مستداما تستفيد منه الأجيال المتعاقبة، وفي هذا الشأن بادرت الجزائر- نظرا لما تملكه من منتجات سياحية هامة ومتنوعة- بمشاريع إستراتيجية موجهة أساسا لتنمية قطاع السياحة وجعله أكثر جاذبية لسواح الداخلين والخارجيين، ويأتي المخطط التوجيهي لهيئة السياحة لآفاق 2025 بأهدافه وبرامجه وآلياته، ليضع معالم قيام صناعة سياحية جذابة شعارها التميز والتنوعية لضمان موارد بشرية ومالية إضافية أكثر استقرارا ونموا، لذا تأتي هذه الورقة البحثية للوقوف على واقع القطاع السياحي خلال الفترة (1999-2007) وإستراتيجية تنميته واستدامته لآفاق 2025.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار السياحي، المنتج السياحي، التدفقات البشرية والمالية، تنمية السياحة المستدامة، النوعية السياحية، القطب السياحي.

Résumé :

Le tourisme est dans l'ère actuelle est une ressource importante pour de nombreux pays - en particulier les pays voisins - nécessite une attention et ne développés et en développement, pour devenir un avantage durable sur des générations successives, et à cet égard lancé Algérie - parce que la possession de produits touristiques un important et diversifié - le projet de stratégie vise principalement le développement de le secteur du tourisme et de la rendre plus attrayante pour les touristes internes et externes, vient le plan maître pour créer un perspectives touristiques pour 2025 les objectifs, programmes et mécanismes, de mettre les caractéristiques de l'industrie du tourisme une devise attrayante de l'excellence et la qualité pour garantir des ressources humaines et financières supplémentaires et plus stable, de plus en plus, alors venez cette étude pour savoir la réalité du secteur du tourisme au cours de la période (1999-2007) et la stratégie de développement durable et les perspectives pour 2025.

Mots clés : Investissement dans le tourisme, les produits touristiques, les flux humains et financiers, le développement du tourisme durable, le tourisme de qualité, pôle touristique.

مقدمة: الجزائر التي تصبو للارتقاء بالسياحة إلى مصاف القطاعات الدارة للثروة وبناء قطاع سياحي جذاب للسياح، سارعت إلى بعث سياسة سياحية جديدة تهدف إلى تنمية وترقية المنتج السياحي الجزائري وإدماجه في السوق السياحية العالمية في إطار شروط التنمية السياحية المستدامة، من خلال جملة من القوانين والتشريعات الخاصة بالتنمية السياحية، التي تمثل الإطار الكامل لسياسة سياحية متواصلة تهدف إلى تحقيق جملة من الأهداف الكمية والنوعية جاءت ضمن تصور تطوير السياحة المستدامة للفترة 2004-2008 منها: رفع الإيواء، زيادة حجم الاستثمارات السياحية، زيادة التدفقات والإيرادات السياحية بالعملة الصعبة، تلبية حاجات المواطنين وتحسين نوعية الخدمات؛ هذه الأهداف تحتاج بطبيعة الحال إلى جملة من الوسائل والمتطلبات منها: تدابير تخص دعم الاستثمار السياحي، دعم التكوين، دعم النوعية دعم ترويج المنتج السياحي، مع ضرورة وجود مخطط توجيهي للتهيئة السياحية يتماشى والأهداف المرجو تحقيقها، وفي هذا المجال، بادرت الجزائر إلى إنجاز برامج هذا المخطط بداية من سنة 2008، سعيا منها لتحقيق أهداف المخطط، على ضوء ما تقد تطرح الإشكالية التالية: **ما هي الأبعاد الإستراتيجية لمخطط التهيئة السياحية لتطوير قطاع السياحة في الجزائر، وما هي آليات تحقيق ذلك؟**؛ ولعلاج وتحليل هذه الإشكالية تم تقسيم المقال إلى ثلاث محاور:

- **المحور الأول:** واقع قطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة (1999-2007)
- **المحور الثاني:** مجالات وآليات تنمية القطاع السياحي ضمن إستراتيجية السياحة في الجزائر لآفاق 2013
- **المحور الثالث:** برامج تنمية القطاع السياحي وفقا لما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025.

أولا: واقع قطاع السياحة في الجزائر خلال الفترة (1999-2007)

I. وضعية المشاريع السياحية قبل صدور القانون التوجيهي: من خلال هذا العنصر نقف على حجم الاستثمارات قيد الإنجاز إلى غاية الثلاثي الأول لسنة 2007.

1. مشاريع قيد الإنجاز¹: في الثلاثي الأول لسنة 2007 قدر عدد المشاريع السياحية قيد الإنجاز بـ 329 مشروعا سياحيا، وقدرت التكلفة الإجمالية لتحقيق هذه الاستثمارات بـ 60,46 مليار دج بمعدل إنجاز متوسط 62,10 بالمائة، سوف تسمح هذه المشاريع بتدعيم الحظيرة الفندقية الحالية بطاقات إيواء جديدة تقدر بـ 33152 سريرا وقدرة عدد المناصب الممكن إحداثها بـ 10544 منصب شغل مقابل كل سرير منجز، ويعتبر هذا المعدل منخفضا مقارنة بالمتوسط المحقق دوليا والذي يقدر بـ 0,5 منصب شغل مباشر لكل سرير.

تتوزع المشاريع قيد الإنجاز على مساحة إجمالية تقدر بـ 192 هكتار منها 103,5 هكتار تقع خارج منطقة التوسع السياحي بمقدار 267 مشروعا أما 62 مشروعا فهي تقع داخل منطقة التوسع السياحي من جهة، كما لوحظ أن نسبة 61,70 من المشاريع تعتبر مشاريع حضرية 22,8 بالمائة شاطئية 7,9 بالمائة مشاريع معدنية 3,34 بالمائة صحراوية 2,43 بالمائة مشاريع مناخية، وقد تركزت معظم المشاريع نسبة 53,2 بالمائة في الولايات السياحية، فولاية وهران مثلا سجلت 50 مشروعات والجدول الموالي يوضح لنا المشاريع قيد الإنجاز حسب نوع المنتج السياحي بداية 2007، والجدول رقم (01) يجمع هذه المشاريع.

جدول رقم: (01): توزيع المشاريع قيد الإنجاز حسب نوع المنتج السياحي بداية 2007

نوع المنتج	عدد المشاريع	عدد الأسرة	مناصب الشغل المقدرة	التكاليف المقدرة (مليون دج)
شاطئ	75	10416	3508	10.926.08
حضري	203	15875	5463	22076.04
مناخي	8	405	173	269.35
معدني	26	3244	1047	1993.59
صحراوي	11	750	231	1091.04
غير محدد	6	2462	122	24099.59
الإجمالي	329	33152	10544	60.455.69

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme juin 2007.

من الجدول رقم (01) نلاحظ أن توزيع المشاريع قيد الانجاز توزعت بنسبة متفاوتة بين أنواع المنتجات السياحية المختلفة، حيث كان النصيب الكبير للمنتج الحضري بـ 62 بالمائة يليه المنتج الشاطئ بـ 23 بالمائة وكانت نسبة المشاريع السياحية في باقي المنتجات أقل من 10 بالمائة، هذا وتساهم هذه المشاريع السياحية بعد دخولها مرحلة الاستغلال في توفير ما يقارب 10544، أما التكلفة المقدرة لانجازها في حدود 60455,59 مليون دج، أما إجمالي طاقات الإيواء المنتظر إضافتها هي 33152 سريرا.

2. المشاريع المتوقعة: تم حصر 276 مشروعا سياحيا متوقعا وبمعدل انجاز محصور بين 7 و 80 بالمائة، أي بمتوسط 36 بالمائة عبر التراب الوطني، ونجد أن التكلفة المتوقعة للمشاريع المتوقعة قدرت بـ 26 مليار دج، هذه المشاريع كان من المقرر أن تضيف طاقات إيواء جديدة بـ 24524 سريرا وتوفر 7498 منصب شغل مباشر، وتتوزع المشاريع المتوقعة على مساحة إجمالية بـ 168,6 هكتار ويعود أصل هذه الأراضي إلى 40,94 بالمائة أملاك الدولة و 41,31 بالمائة تابعة للقطاع الخاص و 17,75 بالمائة مشروعا يعود للبلديات والجدول رقم (02) يحدد توزيع هذه المشاريع المتوقعة.

جدول رقم: (02): توزيع المشاريع المتوقعة حسب المنتج

نوع المنتج	عدد المشاريع	عدد الأسرة	مناصب الشغل المقدر	التكاليف المقدره مليون دج
حضري	173	13755	4940	15018.16
شاطئ	60	7831	1847	10530.15
حموي	24	1397	367	401.71
مناحي	8	335	122	75.48
صحراوي	11	1206	222	379.34
إجمالي	276	24524	7498	26404.85

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme juin 2007.

من الجدول رقم (02) نستنتج أن المشاريع المتوقعة توزعت بين ثلاثة أنواع: 240 مشروعا جديدا و 11 مشروعات توسعيا و 14 مشروعا يخص إعادة التهيئة.

أما أسباب توقف هذه المشاريع فترجع أساسا إلى:

- 59 بالمائة من مجموع المشاريع توقفت لأسباب مالية 24,8 بالمائة توقفت لعدم تسوية الوضعية الإدارية كالحصول على رخصة البناء و 13,41 كان لمشاكل داخلية، و 7,97 بالمائة توقفت بسبب عدم الحصول على عقود الملكية والتي تسمح بالحصول على قروض بنكية.

3. طلبات الاستثمار: تم رصد 882 طلب استثمار سياحي مسجل للثلاثي الأول لسنة 2007 وتتطلب هذه المشاريع الجديدة مساحة إجمالية تقدر بـ 4975 هكتارا، أما طاقات الإيواء المنتظر تحقيقها من خلال انجاز هذه الطلبات فقد قدرت بـ 239,34 سريرا وإحداث 80,604 منصب شغل مباشر، أما التقديرات المتعلقة بتكلفة انجاز الاستثمارات السياحية الجديدة فقد حددت بـ 867 مليار دج، 33,45 بالمائة من طلبات الاستثمار تتعلق بانجاز فنادق و 20 بالمائة تخص انجاز قرى سياحية، والجدول رقم (03) يبين ذلك.

جدول رقم: (03): توزيع طلبات الاستثمار حسب المنتج

المنتج	عدد الطلبات	عدد الأسرة	مناصب الشغل	التكلفة القدرة مليون دج
حضري	325	80391	23086	127221.14
شاطئ	377	142153	49367	718293.76
حموي	45	4566	1993	5289.89
صحراوي	92	8246	4023	8869.08
مناخي	11	585	634	2046.36
غير محدد	32	3305	1501	5118.83
المجموع	882	239246	80604	866839.05

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme juin 2007.

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن طلبات الاستثمار السياحي توزعت على النحو التالي:

- 42,74 بالمائة من إجمالي الطلبات اختص بالمنتج الشاطئ و 36,84 بالمائة للمنتج الحضري و 56,80 من حجم طلبات الاستثمار تقع ضمن محيط مناطق التوسع السياحي؛
- أما فيما يخص التوزيع الجغرافي لهذه المشاريع فإن 124 طلبا سجل بولاية عنابة أي بنسبة 14 بالمائة، تليها بسكرة ب 63 مشروعا، وعين تموشنت ب 60 مشروعا والباقي موزعة على الولايات الأخرى من التراب الوطني.

4. طاقات الإيواء: تمثل القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وباقي المؤسسات ذات العلاقة المسخرة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة المضييفة، إحدى المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم القطاع السياحي بالبلد، وبالنسبة للجزائر فقد عرفت طاقات الإيواء السياحي تطورا معتبرا خلال الفترة (1999-2007)، حيث انتقلت طاقات الاستقبال من 66902 سريرا لتبلغ من نهاية 2007، 85000 سريرا والجدولين رقم (04) ورقم (05) يبيننا توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي وحسب درجة التصنيف.

جدول رقم: (04): توزيع طاقات الإيواء حسب نوع المنتج السياحي للفترة (1999-2007)

المنتج	السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
حضري		30827	31506	33493	43424	35204	48680	42628	44561	44592
شاطئ		19407	19723	17531	19308	26034	21770	23148	23148	23248
صحراوي		8390	7679	7723	3214	8105	4431	11511	11639	11639
معدي		6434	6335	6530	5236	6905	5742	4608	4608	4608
مناخي		1844	1844	1246	1385	1225	1411	913	913	913
إجمالي		66902	67087	66523	72567	77473	82034	82808	84869	85000

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme juin 2007.

جدول رقم (05): توزيع طاقات الإيواء حسب درجة التصنيف للفترة (1999-2007)

السنوات	التصنيف	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
5*		3888	4604	4506	4832	4959	4590	4590	5455	5455
4*		3222	3222	3187	3592	3757	3383	3383	3743	3743
3*		17029	21310	19272	14659	14740	14857	14807	11225	11225
2*		5557	5519	4882	5454	5424	5415	5800	5843	5843
1*		2509	2541	2563	2084	4212	2315	2315	2378	2378
غير مصنفة		34697	29891	32113	41946	44381	51474	53000	56225	56356
المجموع		66902	67087	66523	72567	77473	82034	83895	84869	85000

Source : ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme juin 2007.

II. التدفقات السياحية خلال الفترة (2008-1999)

1. التدفقات البشرية: وتنقسم هذه التدفقات إلى:

1.1 دخول السياح إلى الجزائر: لقد شهدت التدفقات البشرية خلال الفترة 2008-1999 مستوى تطور متزايد، حيث عرفت خلال 2008-2003 مستوى نمو يقارب 51,31 بالمائة من إجمالي السواح القادمين إلى الجزائر ونسبة تطور 82,51 بالمائة بالنسبة للسواح الأجانب.

وفي نهاية 2008 قدر عدد السواح الذين زاروا الجزائر بـ 1771749 سائحا² أي بمعدل نمو سنوي 1,64 مقارنة بنسبة 2007 في حين كان معدل النمو سنة 2007 6,44 بالمائة مقارنة بسنة 2006، والجدول رقم (06) يوضح حجم تدفقات السياح خلال الفترة 2008-1999.

جدول رقم: (06): توافد السياح إلى الجزائر خلال (2008-1999)

السنوات	السياح الأجانب	الجزائريون المقيمون بالخارج	المجموع
1999	140862	607675	748537
2000	175538	690446	865984
2001	196229	705187	901416
2002	251145	736915	988060
2003	304914	861373	1166287
2004	368562	865157	1233719
2005	441206	1001884	1443090
2006	478358	1159224	1637582
2007	511188	1231896	1743084
2008	556697	1215052	1771749

Source : ministère de l'aménagement du territoire et de l'environnement et du tourisme.

2.1 خروج الجزائريين إلى الخارج: بلغ عدد الجزائريين الذين توجهوا إلى الخارج سنة 1999 903.286 سائحا وارتفع هذا العدد إلى 1513.491 سنة 2005، وعرف نمو ملحوظا خلال سنتي 2007 و2008، أما البلدان المفضلة من حيث الوجهة، فإننا نجد في المرتبة الأولى: تونس نظرا لتوفرها على مزايا (مثل غياب التأشيرة، القرب الجغرافي، تجهيزات مطابقة للمعايير الدولية.. الخ) حيث بلغ حجم التدفقات السياحية العكسية أكثر من 780.079 سائحا جزائريا سنة 2008، ثم تأتي في المرتبة الثانية فرنسا حوالي 337.756 سائحا أي معادل 21,84 بالمائة من إجمالي المتجهين إلى الخارج؛ ثم تأتي في المرتبة الثالثة المملكة العربية السعودية بأكثر من 111942 سائحا أي بنسبة 7,27 بالمائة، والجدول رقم (07) يوضح تطور السياحة العكسية في الجزائر.

جدول رقم: (07): تطور السياحة العكسية خلال (1999-2008)

السنوات	99	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الجزائريين المتوجهين إلى الخارج	903286	1006382	1189910	1256515	1253901	1416861	1513491	1349113	1500000	1539406

المصدر: وزارة السياحة الجزائرية.

2. الإيرادات السياحية: يمكن إظهار تطورها في الجدول رقم (08) الذي يوضح التدفقات النقدية والميزان السياحي للفترة (1999-2008).

جدول رقم: (08): التدفقات النقدية والميزان السياحي للفترة (1999-2008) الوحدة: ملون دولار

السنوات	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
الإيرادات السياحية	80	102	100	111	112	178.5	184.3	215.3	218.9	300
النفقات السياحية	250	193	194	248	255	340.9	370	380.7	376.7	394
الرصيد	-170	-91	-94	-137	-143	-162.4	-185.7	-165.4	-151.8	-94

المصدر: بنك الجزائر.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (08)، أن الإيرادات السياحية تطورت خلال الفترة المدروسة (1999-2008) بـ 27.5 بالمائة، في حين سجلت النفقات السياحية تطورا منتظما بـ: 51.6 بالمائة في الفترة (1999-2008)، وبقي رصيد الميزان السياحي سالبا طيلة الفترة المدروسة، أي أن المبالغ المنفقة في الخارج أكثر من المحصل عليها كإيرادات من السياح الأجانب القادمين إلى الجزائر. إن ارتفاع النفقات السياحية وضعف الإيرادات راجع إلى:

- ضعف نوعية المنتجات السياحية وخدمات السياحة الجزائرية؛
- إيواء وفنادق ذات طاقات غير كافية وذات نوعية سيئة؛
- عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر داخل وخارج البلد؛
- خدمات مرتفعة السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية اقل مقارنة بدول الجوار خاصة تونس؛
- نقص في تكوين المستخدمين في المؤسسات السياحية؛
- غياب الأمن والطب السياحي.

كل هذه العوامل ساهمت بشكل أو آخر في تحقيق ميزان تجاري سياحي سالب مما يؤثر على ميزان المدفوعات للدولة.

ثانيا: مجالات وآليات تنمية القطاع السياحي ضمن إستراتيجية السياحة في الجزائر لآفاق 2013

لقد تم في مطلع سنة 2000 صياغة إستراتيجية حول تطوير قطاع السياحة لآفاق 2013 في شكل وثيقة تحت عنوان: مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010، أدخلت على هذا الأخير بعض التعديلات بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، قصد إعطاء الديناميكية لقطاع السياحة من خلال:³

- تحديد الاختيارات المستقبلية من أجل تهيئة عقلائي للإمكانات التي تزخر بها البلاد وتفعيلها لتصبح الجزائر مقصدا سياحيا؛
- تحديد الأهداف النوعية والكيفية المنتظرة في آفاق 2013؛
- تحديد التدابير والأدوات المعتمدة لتنفيذ البرامج المسطرة بهدف الشروع في إنشاء صناعة سياحية مستقلة.

هذا التصور يستمد محتواه من المبادئ والاختيارات الأساسية التي جاء بها القانون رقم 03-01 والمتعلق بالتنمية السياحية، مناطق التوسع السياحي واستعمال الشواطئ لأغراض السياحة.

I. المنتوجات السياحية الواجب تنميتها للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر : إن تطوير وتنوع المعروض السياحي وتنمية

نشاطات سياحة جديدة يمتلان اختيارات إستراتيجية من أجل:

- إدماج الجزائر ضمن السوق الدولية للسياحة؛
- تلبية حاجيات المواطنين في مجال السياحة والاستحمام والترفيه والتي تعرف سنويا ارتفاعا متزايدا بسبب تحسن المستوى المعيشي والنمو الديموغرافي؛
- التطوير المنسجم والمستدام والمتوازن للنشاطات السياحية؛
- ترميم التراث السياحي الوطني.

وعلى هذا الأساس فإن تلبية الطلب السياحي يستلزم تنمية جادة للمنتوجات السياحية التالية:⁴

1. السياحة الصحراوية: إن هذا النوع من السياحة له خصوصياته، ويشكل في المرحلة الحالية مؤهلا معتبرا للتنمية السياحية الدولية نظرا لتمييز هذا المنتج، لذا فإن العملية الترويجية في الخارج ينبغي أن تتجه على المدى القصير نحو المناطق السياحية للجنوب الكبير، والتي يمكن تحويلها إلى أقطاب جذب للأوروبيين خاصة بالنسبة للساحة البيئية، إن تنوع الثروات الطبيعية والتاريخية والثقافية والبيئية في الجنوب، تسمح بتطوير منتجات متنوعة مثل: السياحة الاستكشافية، السياحة الثقافية، السياحة البيئية، سياحة المغارات والتجوال، أما بالنسبة للآثار فإن هشاشة المواقع السياحية في هذه المناطق يستدعي الحرص والتشاور الدائم بين القطاعات المعنية بهدف وضع جهاز لحماية وحفظ الأنظمة البيئية.

2. الساحة الشاطئية: إن هذا النوع من السياحة لا بد أن يشكل في المدى الطويل الوجه الأول للتنمية السياحية في الجزائر، نظرا لطاقتها الكبيرة ووجود طلب داخلي كبير، باعتبار أن غالبية السكان متمركزة في الشمال، إضافة إلى استفادة نسبة كبيرة من السكان من العطلة خلال موسم الاصطياف.

إن الإقامة بالشواطئ تبقى تشكل مقصدا جذابا للمواطنين الذين يتوجهون إلى الخارج خاصة تونس؛ أما على الصعيد العالمي فإن المنتج يشكل عند غالبية البلدان ركيزة النشاط السياحي، نظرا للتدفقات النقدية المعتبرة والآثار الاقتصادية والمالية التي يحققها، فهو يمثل أكثر من 80 بالمائة من الطلب السياحي للدولة.

إن هذا المنتج ينبغي أن يركز على تنمية مستدامة للسياحة، تأخذ بعين الاعتبار تجارب الدول الأخرى من أجل حماية التراث الثقافي والحيط الطبيعي ضد كل أشكال التلوث، هذا وتبقى السياحة الشاطئية المنتج المفضل لمختلف الطبقات الاجتماعية لذا لا بد من تنويعها من خلال إنجاز عدة أنماط من هياكل الاستقبال، بدءا بالمخيم إلى الفندق المريح والفخم، مما يسمح بتنمية منتوجات سياحية في متناول الجميع.

3. سياحة الأعمال والمؤتمرات: إن هذا النوع من السياحة يعرف نموا على المستوى الدولي، ويشكل جزءا معتبرا من إيرادات البلدان السياحية مثل: فرنسا، اسبانيا، إيطاليا، الخ، وهذا المنتج يتعين تنميته في بلادنا نظرا لتزايد كثافة النشاط الاقتصادي والاجتماعي من جهة، ونمو العلاقات مع الخارج من جهة أخرى، وتبقى القدرات الحالية والمحدودة والمتمركزة على مستوى العاصمة، بعيدة عن الاستجابة للطلب السياحي الحالي والمستقبلي، مما يعتبر فرصة سانحة للاستثمار الوطني والشراكة الأجنبية، بغرض جعله أكثر جذبا واهتماما من طرف المستثمرين الفعليين وأيضا ضمان انطلاقة حقيقة له خلال السنوات القادمة.

4. السياحة الحموية والمعالجة بمياه البحر: رغم توفر طاقة معتبرة من أكثر من 200 منبع حموي، إلا أن طاقة الاستقبال لهذا النوع من السياحة تبقى ضعيفة جدا، ولهذا فإن تنمية الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر والاستحمام البحري، تعد ضرورية لما لها من آثار سوسيو-اقتصادية، فأنها تسهم أيضا في تحسين صحة المواطن وبالتالي تخفيض نفقات الصحة العمومية.

5. السياحة الثقافية: إن الاتجاهات الحديثة للسياحة حسب الدراسات الاستشرافية المنجزة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تؤكد على أن السياحة الثقافية ستشغل في العشرينات القادمة مكانة هامة في العرض السياحي العالمي، حيث أن إمكانيات الجزائر في هذا الميدان تؤهلها لتطوير عرض سياحي ثري ومتنوع وتنافسي ومطلوب جدا يدمج بين:

- التراث الأثري؛
- المعالم والبنىات الثقافية والدينية(المدن الرمانية، الزوايا...)
- الأعياد المحلية والتقليدية والفنون الشعبية والألعاب التقليدية؛
- أقطاب الإنتاج الحرّي.

ولأن هذا التراث ذي مردود كبير يبرر ضرورة تقويمه قصد الحصول على حصة من الأسواق السياحية القريبة والبعيدة حيث أن الطاقة المتوفرة أثبتت أهمية خاصة لهذا المنتج.

6. السياحة الرياضية والترفيهية والاستجمامية : هذا النوع من السياحة يشكل وسيلة لتطوير السياحة الموجهة بالخصوص إلى الشباب المولعين بالتبادلات والنشاطات الرياضية والاستكشافية والترفيهية، وإلى السياح الذين يبحثون عن الراحة والرفاهية. إن الهياكل الواجب بناؤها بالنسبة لهذا النوع من السياحة يمكن استغلالها على الوجه الأمثل عن طريق إقامات لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، مما يسمح للجزائر بتنظيم تظاهرات ذات بعد دولي تساهم في خلق الفضول للبحث عن زيارة المنشآت الجديدة والتعريف بالوجهة السياحية للجزائر، وكمثال عن هذا نجد التجربة التونسية، متمثلة في مدينة عين الدراهم التي أصبحت تستقطب الفرق الجزائرية لكرة القدم التي تجري فيها تریصات منذ سنوات وإلى اليوم. إن مجموع أنواع المنتجات السياحية المذكورة سابقا، تشكل تحديا حقيقيا، يتطلب تنفيذها تدخلا إداريا مدعما من السلطات العمومية لتحقيق الأهداف التي يطمح إليها القطاع السياحي على المدى البعيد.

II. آليات ومتطلبات تنمية المنتوجات السياحية في الجزائر لآفاق 2013: قصد إزالة العقبات التي تقف أمام التنمية وترويج

المنتجات السياحية من جهة، ووضع أدوات تنفيذ قادرة على ضمان أحسن تأطير وتنظيم للقطاع من جهة أخرى، هناك جملة من الإجراءات نجملها في النقاط التالية:⁵

1. دعم مختلف الاستثمارات السياحية: وتتمثل جوانب هذا الدعم في:

1.1. التهيئة والتحكم في العقار السياحي: إن التدابير الموصى بها في هذا الشأن هي إعداد مخطط توجيهي للتهيئة السياحية، الذي يشكل الأساس في تنفيذ الإستراتيجية القطاعية عن طريق:

- الشروع في دراسة، لتحديد والتصريح وإعادة التشكيل لمناطق التوسع السياحي؛
- مواصلة دراسات التهيئة لمائة منطقة توسع ومواقع سياحية؛
- التنازل عن طريق التراضي عن حوالي 600 هكتار في السنة، من القطع الأرضية المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي لفائدة الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وذلك بغرض تهيئتها ووضعها تحت تصرف المستثمرين؛
- إنجاز أشغال التهيئة القاعدية لسبعين منطقة توسع سياحي؛
- تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي بقدر 640 مليون دج سنويا.

2.1. تأطير وتمويل المشاريع السياحية: ويتعلق الأمر هنا بتكثيف طريقة التمويل وفقا للخصوصيات التي يتميز بها الاستثمار السياحي، وعلى هذا الأساس لا بد من:

- ابتكار منتوجات مالية ذات خصوصية(قروض فندقية مثلا)، وتشجع إنشاء بنوك متخصصة في تمويل الاستثمار السياحي؛
- دعم تمويل المشاريع السياحية وتحفيز الاستثمارات عن طريق تخفيض نسب الفائدة على القروض الموجهة للاستثمارات السياحية.

2. دعم التدريب والتكوين: يعد تكوين وتدريب الموارد البشرية عنصرا محوريا في العملية السياحية، ويتم هذا من خلال:

- إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكيفها مع تطور الاحتياجات والتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية، باقتناء دعائم بيداغوجية عصرية وإعادة تأهيل سلك الأساتذة؛
- تأسيس شهادة بكالوريا تقنية في السياحة قصد ضمان توفير مهنيين متخصصين ومسيرين في ميدان السياحة؛
- فتح فرع الاقتصاد السياحي بالجامعة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج؛

- الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة الطلب المتوقع.
- 3. **دعم النوعية:** إن تدهور نوعية الخدمات السياحية المقدمة، تشكل اليوم إحدى جوانب الضعف الكبيرة للقطاع السياحي في الجزائر، لهذا وجب لاهتمام به ومنحه عناية خاصة من طرف السلطات العمومية، ثم إن أهم الأعمال المقترحة لتحسين النوعية في هذا الجانب تتمحور حول:
 - مواصلة عملية تنظيم ومراقبة النشاطات والمهن في قطاع السياحة؛
 - توعية المتعاملين باللجوء إلى نظام منح شهادات النوعية والمعتمدة في العالم والمعمول بها في ميدان السياحة المستدامة؛
 - فتح مكاتب صرف دائمة على مستوى الموانئ، المطارات، مراكز الحدود، والفنادق المصنفة والشوارع الرئيسية للمدن السياحية وذلك طيلة أيام الأسبوع؛
 - فتح خطوط جوية مباشرة باتجاه الأقطاب السياحية والمدن السياحية خاصة تلك المتواجدة بالجنوب.
- 4. **دعم الترويج السياحي :** إن هذه الوظيفة الإستراتيجية يجب أن تسخر لها كل الجهود المبذولة، وعلى جميع مستويات الإنتاج السياحي كما يجب أن تدعم وتتواصل من خلال المبادرة بالأعمال التالية:
 - 1.4. إعادة تنظيم وتقوية أداء الترويج السياحي من خلال تدعيم الديوان الوطني للسياحة، بما يسمح له القيام بصفة فعالة بالمهام الموكلة له؛
 - 2.4. إعداد مخططات متعددة السنوات للاتصال المؤسسي، إذا أن مخططات الاتصال التي ينبغي أن تكون في المستقبل قوية وحتى هجومية ترمي إلى سد العجز في مجال الترويج للمنتوج السياحي في الجزائر، عن طريق:
 - اعتماد تقنيات الإعلام والاتصال الحديثة وتعميمها؛
 - إعداد دعائم مكتوبة وسمعية وبصرية؛
 - إنجاز ونشر تحقيقات في المنشورات وقنوات التلفزيون المتخصصة؛
 - تنظيم رحلات استكشافية وإعلام على مستوى الأقطاب السياحية لفائدة الصحافة المتخصصة وصانعي الأسفار؛
 - تنظيم مواسم ثقافية ذات بعد دولي مثل مهرجان تيمقاد، جميلة... الخ؛
 - 3.4. إعداد دراسات السواق: هذه المهمة يجب أن تأخذ مكانتها الطبيعية في البرامج المقبلة للترويج والتسويق السياحي، وينبغي أن تمتد أيضا لتشمل ترقية الاستثمار والشراكة، لتدقيق توقعات التدفقات والإيرادات ومناصب العمل بالقطاع السياحي.
 - 4.4. إشراك الحركة الجموعية ومنظمات المجتمع المدني في العملية الترويجية للمنتوج السياحي الجزائري، وتوعية السكان بالفعل السياحي وانعكاساته الإيجابية، قصد تنمية ثقافة سياحية حقيقية لدى السكان؛ أما المنظمات المهنية فيتعين عليها أن تشكل قوة اقتراح فعلية ومشاركة السلطات العمومية من أجل الارتقاء بالسياحة الجزائرية إلى المكانة التي تستحقها.
 - 5.4. تكثيف مشاركة القطاع في المعارض المتخصصة في الخارج وتدعيم التظاهرات الترويجية المنظمة بالداخل والخارج.

ثالثا: برامج تنمية القطاع السياحي وفقا لما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2025) الإطار الإستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر⁶، ويعد هذا المخطط بمثابة الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين وجميع القطاعات وجميع المناطق عن مشروعها السياحي لآفاق 2025، وهو أداة تترجم إرادة الدولة في تهمين القدرات الطبيعية، الثقافية والتاريخية للبلاد، ووضعها في خدمة السياحة في الجزائر، ولتحقيق الففرة المطلوبة وجعل السياحة أولوية وطنية للدولة، يجب النظر إليها على أنها لم تعد خيارا بل أصبحت ضرورة، لأنها تشكل موردا بديلا للمحروقات.

I. الأهداف الإستراتيجية للمخطط

1. الأهداف العامة: تتمثل الأهداف العامة للمخطط في:⁷

- توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى قطاعات أخرى (مثل الصناعة التقليدية، النقل، الخدمات، الصناعة، التشغيل)؛
- تحسين التوازنات الكلية: التشغيل، النمو، الميزان التجاري والمالي، والاستثمار؛

- التوفيق بين الترقية السياحية والبيئية؛
- تامين التراث الثقافي، التاريخي والشعائري، كون هذه العناصر تمثل عوامل جذب هامة، فان استراتيجيات السياحة المتواصلة، عليها احترام التنوع الثقافي وحماية التراث والمساهمة في التنمية المحلية؛
- التحسين الدائم لصورة الجزائر: بحيث يرمي البرنامج إلى إحداث تغييرات في التصور الذي يحمله المتعاملون الدوليون اتجاه السوق الجزائرية.

2. الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015: يمكن تلخيص الأهداف المادية للمرحلة 2008-2015 في الجدول رقم (09).

جدول رقم: (09): خطة الأعمال السياحية لآفاق 2015

السنة	2007	2015
عدد السواح	1.7 مليون	2.5 مليون
عدد الأسرة	84.869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1.7%	3%
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200.000	400.000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51200	91600

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008، ص18.

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة، فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ 1,8 ضعف ما هو محدد حاليا، أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام فكانت بمعدل تطور قدر بـ 1,3 مرة مع نهاية الفترة 2015، في حين قدرت الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142.800 مقعدا بيداغوجيا.

3. المشاريع ذات الأولوية لتنمية القطاع السياحي : تتجسد أهم المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في:

- فنادق السلسلة: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29.286 سريرا؛
 - عشرون قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي؛
 - اطلاق 80 مشروعا سياحيا في ستة أقطاب سياحية بامتياز.
- والجدول رقم (10) يوضح أهم المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز المنتشرة على المستوى الوطني.

جدول رقم: (10): المشاريع قيد الإنجاز بالأقطاب السياحية للامتياز

عدد المشاريع	الأقطاب السياحية بامتياز
23	شمال شرق
32	الشمال وسط
18	الشمال غرب
04	الجنوب الغربي الواحات
02	الجنوب الغربي توات قورارة
01	الجنوب الكبير الأهقار
80	المجموع

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة الجزائرية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: برنامج الأعمال ذات الأولوية، 2008، ص18.

من الجدول رقم (10) ينتظر أن تساهم مجموع المشاريع قيد الانجاز بالأقطاب السياحية الستة إلى تحقيق طاقة إيواء جديدة تقدر بـ5986 سريرا، وتوفير 8000 منصب شغل بعد الانتهاء من الإنجاز.

II. مخططات (آليات) إنعاش السوق السياحية في الجزائر: تشكل الأدوات الآتي ذكرها طرق إنعاش سريع ومستدام للسوق السياحية، تضمن إعادة الاعتبار للمكان والدور الذي يعين على السياحة الجزائرية أن تلعبه على مستوى السياحة الدولية، ضمن آفاق التحكم في الرهانات التي تقوم عليها أية سياسة للتنمية المستدامة، ولقد شرع في الجزائر العمل ببرنامج السياحة ذات الأولوية ابتداء من سنة 2008، قصد تفعيل التحول السياحي للجزائر، وذلك عن طريق إطلاق الأقطاب السياحية الأولى للامتياز أو القرى السياحية الأولى للامتياز المدرجة كمشاريع ذات الأولوية وكدافع للانطلاق السياحي ابتداء من عام 2008، مدعومة بمخطط لنوعية والشراكة بين القطاع العام والخاص، إضافة إلى مخطط التمويل السياحي، وفي ما يلي عرض إجمالي لهذه المخططات الخمسة بحسب ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025:⁸

1. مخطط وجهة الجزائر: تعاني الجزائر اليوم فيما يتعلق بصورتها من بعض الذهنيات السلبية، وأيضا من غياب الصورة والاستثمار السياحي، لذا عليها اختبار أوراقها القوية بغية تقوية صورتها، حتى تتمكن من تثبيتها كوجهة سياحية كاملة، وتبقى ترقية صورة الجزائر مسألة أساسية لتصبح وجهة سياحية كاملة وتنافسية، تكون أبرز ملامحها الأصالة، الابتكار والنوعية. وعليه يجب تعزيز جاذبية وجهة الجزائر بالتموقع بالصورة على مستوى الأسواق المطلوب المحافظة عليها والفئات السكانية المستهدفة، ففي المرحلة الأولى يجب منح الأولوية للأسواق الواعدة المطلوب المحافظة عليها مع حصر الفروع والمنتج الواجب تطويره، كما يتعين تحديد الأهداف لهذه الأسواق، والملحق رقم (01) يوضح ذلك.

2. الأقطاب السياحية للامتياز: القطب السياحي هو تركيبة من العرض السياحي للامتياز في رقعة جغرافية معينة مزودة بتجهيزات الإقامة، التسلية، الأنشطة السياحية والدورات السياحية، بالتعاون مع مشاريع التنمية المحلية، ويستجيب لطلب السوق ويتمتع بالاستقلالية، ومتعدد الأقطاب، يدمج المنطق الاجتماعي، الثقافي، الإقليمي، التجاري، مع الأخذ بعين الاعتبار توقعات طلبات السوق؛ وقد حدد المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة في هذا الإطار، سبعة أقطاب سياحية للامتياز هي:

- القطب السياحي للامتياز شمال شرق: ويشمل كل من عنابة، الطارف، سكيكدة، قالمة، تبسة، سوق أهراس؛
- القطب السياحي للامتياز شمال وسط: الجزائر، تيبازة، بومرداس، البليدة، الشلف، عين الدفلة، البويرة، بجاية، تيزي وزو؛
- القطب السياحي للامتياز شمال غرب: مستغانم، وهران، عين تموشنت، تلمسان، معسكر، سيدي بلعباس، غيلزان؛
- القطب السياحي للامتياز جنوب شرق: الواحات، غرداية، بسكرة، الوادي، المنيعية؛

- القطب السياحي للامتياز جنوب غرب: توات، القرارة، طرق القصور: أدرار، تيميمون، بشار؛
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: طاسيلي، إليزي، جانت؛
- القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير: أدرار، تمنراست.

ويتشكل كل قطب من الأقطاب السبعة من عدة مركبات تستدعي وضعها في تكامل وفقا لقدراتها، بحيث تستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن، وهذا بتوفير منتوجات سياحية متعددة ومتنوعة (سياحة صحراوية، سياحة لاستحمام، سياحة علاجية وصحية)، وستسمح هذه الأقطاب السياحية للامتياز ب بروز تنوع سياحي على كافة الإقليم وتستخدم كنقطة ارتكاز وكقاطرة للتطور السياحي، إن الهدف المتوقع من بناء هذه الأقطاب هو تحريك الدافع الذي يسهل الانتشار السياحي في كافة التراب الوطني، عبر انشاء مجموعة من القرى السياحية للامتياز تشجع على تنمية مستدامة للقطاع، والملحق رقم (02) يجمل أهم هذه القرى التي جاء بها المخطط.

3. مخطط النوعية السياحية: لقد أصبحت النوعية اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، إنمها الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني فهو يركز على التكوين والتعليم، كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم. فالمخطط النوعي للسياحة يشمل:

- تحسين النوعية وتطوير العرض السياحي؛
- منح رؤية جديدة للمحترفين؛
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية؛
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
- وقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025، أصبح تكوين العنصر البشري أمرا ضروريا، وعلى هذا الأساس حدد المخطط ثلاثة أهداف إستراتيجية للتكوين، قصد تحفيز الجزائر سياحيا في آفاق 2025:
- ضمان الميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية، وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين بمدارس السياحة؛
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي؛
- الابتكار واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في مخطط النوعية السياحية.

4. مخطط الشراكة العمومية - الخاصة: لا يمكن تصور تنمية دائمة لسياحة دون تعاون فعال بين القطاع العمومي والخاص، ويمكن الحديث عن الشراكة العمومية-الخاصة عندما يتحرك المتعاملون العموميون والخواص سوية للاستجابة لطلب الجماعي للمنتجات السياحية.

إذا كانت الدولة تمارس دورا ضروريا في المجال السياحي، خاصة في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة، ووضع المنشآت القاعدية: كالمطارات والطرق، في خدمة السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام وحفظ الأمن وتدير المتاحف والصروح التاريخية، فإن القطاع الخاص يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، يثمن ويسوق الأملاك والخدمات التي تضعها الدولة تحت تصرفه. وعلى هذا الأساس يسعى مخطط الشركة العمومية-الخاصة، إلى خلق روابط بين مختلف الفاعلين في العملية السياحية سواء كانوا عموميين أو خواص، وذلك من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية وتحقيق منتج سياحي نوعي، وجعل الواجهة الجزائرية أكثر جاذبية وتنافسية، لبلوغ مستوى نضج سياحي يرقى بالجزائر إلى مصاف البلدان السياحية الأكثر تفضيلا.

5. مخطط تمويل السياحة: أخذا بعين الاعتبار خصوصية قطاع السياحة لكونها صناعة ثقيلة تتطلب استثمارات ضخمة من جهة، وكونها ذات عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي لهيئة السياحة جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة، من خلال دعم ومرافقة الشريك المرقى أو المطور.

أما عن محتوى مخطط تمويل السياحة، فالأمر يتعلق بـ:

- مرافقة المستثمرين المقيمين وأصحاب المشاريع بالمساعدة في اتخاذ القرار، في تقدير المخاطر وفي تمويل عتاد الاستغلال؛
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية
- التمديد في مدة القرض؛
- الدعم ومرافقة المؤسسات المعدة لاحتياجات المؤسسات السياحية وأصحاب المشاريع؛ من خلال: نظام مرافقة مالي، مساعدات للتكوين، تشجيع شامل للنوعية، إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية مثل إنشاء بنك الاستثمار السياحي.

خاتمة:

إن ترقية صورة الجزائر في الأسواق السياحية العالمية وجعلها وجهة للسياح تستوجب عملا جادا وسنوات من الكد والصبر، حتى تزول الصورة القاتمة التي تظهر بها حاليا على المستوى الخارجي؛ وفي هذا السياق جاءت السياسة الجديدة في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 لتحسين وتمييز وجهة الجزائر السياحية وجعلها منطقة سياحية بامتياز، لها علاقة سياحية تنافسية قادرة على جذب السياح الأجانب والاستجابة للطلب الداخلي على المنتجات السياحية الكثيرة والمتنوعة التي تذخر بها الجزائر؛ هذا الأمر يتطلب وضع سياسة لتكوين وتدريب الموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، وبناء أقطاب وقرى سياحية تتوفر فيها جميع الخدمات الصحية والأمنية والترفيهية... الخ، إضافة إلى تشجيع الشراكة بين القطاع العام والخاص لضمان تنمية مشتركة ومتكاملة للقطاع السياحي، وأخير ضرورة توفير مصادر وآليات خاصة لتمويل المشاريع السياحية.

الملاحق

ملحق رقم: (01): مخطط الوجهة حسب الأهداف والفروع والأسواق

الأسواق المستهدفة	الفروع المختارة	أهداف التسويق في المخطط
السوق الداخلية 1- الجزائريون المقيمون	المواد الواسعة الاستهلاك في الحمامات البحرية، سوق المتعة، التسلية حول المدن العلاج والصحة التعديدي التجوال الرياضي	تحديد التدفقات (البديل الجاذب بالنسبة للوجهات المجاورة) التحريض على الذهاب للعطل، تطوير استهلاك التسلية الجوارية على مدى السنة، تشجيع استهلاك السياحة العلاجية، الصحية والرفاهية بغية تحسين الصحة العمومية .
	منتوج الفروع الجديدة (Niche) السياحة الصحية اعمال ومؤتمرات ثقافي، محثي، اكتشاف الحرف والمهارة والمواقع الاثرية اتجاهات الجنوب السياحة الزراعية، الصيد البحري القنص انشطة السليح	تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة اضافية عالية، زيادة النفقة السياحية، تنمية المنتج المتمحور حول الفروع المؤثرة في الصورة الايجابية، استهداف جيل السن الثالث .
2- الجزائريون غير المقيمين	الاستجمام البحري، تسويق المتعة التسلية حول المدن، الثقافي، سياحة الذاكرة، اكتشاف الحرف والمهارة، الحديثة، المواقع الاثرية التعديدية	الحفاظ على اقامة الجزائريين غير المقيمين تطوير ومضاعفة الاقامات، زيادة القيمة المضافة (الاستهلاك) في كل اقامة، اغراء الاقامة بعرض جذاب ومتعدد

