

**Le tourisme solidaire en Algérie**  
**Une formule alternative pour le développement local?**  
**Solidarity tourism in Algeria**  
**An alternative formula for local development?**

**BENYAHLOU Zohra<sup>1</sup>, BOUDJANI Malika<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed, Algérie, benyahlou.zohra@univ-oran2.dz

<sup>2</sup> Université Oran2 Mohamed Ben Ahmed, Algérie, likaboudj@yahoo.fr

*Reçu le : 24/03/2020*

*Accepté le : 09/06/2020*

**Résumé :**

*Le tourisme solidaire peut incarner un outil d'aide au développement local des territoires d'accueil d'un voyageur qui s'inscrirait à la fois dans une perspective responsable et équitable. L'objectif étant d'amener le touriste à une forme de solidarité concrète avec la population visitée grâce à une part négociée du prix de son séjour (rente solidaire) qui serait consacrée au financement de projets de développement local. Il s'agira dans cet article de réfléchir sur le concept du «tourisme solidaire» et sa pertinence/impertinence par rapport aux valeurs de développement local qu'il véhicule. Nous observons dans ce contexte l'état des lieux du tourisme classique en Algérie, ses nuisances avérées et la faisabilité d'une variante du développement durable à travers celle d'un tourisme solidaire.*

**Mots Clés :** *Tourisme solidaire- Développement local- Population visitée- Développement durable- Algérie.*

**Jel Classification Codes:** *L83-Z320*

**Abstract:**

*Solidarity tourism can embody a tool to help the local development of a traveller's host territories that would be both responsible and equitable. The objective is to bring the tourist into a form of concrete solidarity with the population visited through a negotiated share of the price of his stay (rente solidaire) which would be dedicated to financing local development projects. This article will reflect on the concept of "solidarity tourism" and its relevance/impertinence in relation to the values of local development it conveys. We observe in this context the state of classical tourism in Algeria, its proven nuisances and the feasibility of a variant of sustainable development through that of solidarity tourism.*

**Keywords :** *Solidarity tourism- Local development- Population visited- Sustainable development- Algeria.*

---

<sup>1</sup> Auteure corresependant : Benyahlou Zohra, benyahlou.zohra@univ-oran2.dz

## 1. Introduction:

*Encensé comme levier de croissance depuis des décennies par les spécialistes, les chercheurs, et les économistes, le tourisme est devenu, aujourd'hui, non seulement une des activités les plus importantes dans le monde mais il incarne aussi dans certains pays une activité économique majeure et prioritaire. Il passe pour constituer un secteur stimulateur de l'économie à tous les niveaux, tout à la fois créateur d'emplois, pourvoyeur de devises, distributeur de richesses et promoteur de produits locaux. De telles caractéristiques font du tourisme une activité convoitée même si certains analystes lui contestent ce rôle et le dénigrent en pointant ses effets économiques trompeurs dues à l'expansion très forte de l'activité touristique dite 'tourisme de masse' depuis les années 50 (fuites des devises, dépendances vis à vis des Tours Opérateurs internationaux, marchandisation des cultures, dégradation des ressources naturelles). Des constats des méfaits du tourisme de masse sur l'environnement et les populations d'accueil ont fait émerger une nouvelle façon de penser le tourisme, de nouvelles formes de tourisme se sont développées depuis de nombreuses années, dont le 'tourisme solidaire', un tourisme responsable en faveur du développement local des destinations d'accueil.*

*Le contexte économique algérien est marqué par une croissance économique dépendant essentiellement du secteur des hydrocarbures (97% des exportations et 70 % des recettes budgétaires de l'État), d'un développement local impulsé centralement par l'Etat et une faible diversification économique permettant d'assurer des revenus durables face à l'instabilité des marchés des hydrocarbures. Dès lors, l'investissement dans les autres secteurs de l'économie semble être une panacée. Notamment le tourisme, un secteur pourvoyeur de devises, stimulateur de l'économie à tous les niveaux, et un lieu de valorisation du développement local.*

*Malgré ses potentialités touristiques, l'Algérie a été vue pendant des décennies comme un pays sans culture touristique et accusant un déficit managérial majeur en la matière. Outre les faibles performances dans ce secteur, le pays est marqué par un tourisme de masse continuant à investir un littoral saturé, une dégradation du patrimoine naturel, et un faible retour des recettes touristiques en direction de la population locale. A travers cet article nous efforçons de répondre à la question suivante :*

*Dans un contexte de tourisme de masse continuant de générer des externalités négatives sur le développement local des pays d'accueil, le tourisme solidaire peut-il incarner cette formule alternative pour l'Algérie afin de fonder son développement local sur des bases "durables" ?*

*Pour mener à bien ce questionnement nous adoptons la démarche suivante :*

*Dans un premier temps, nous présentons le phénomène d'expansion touristique mondiale et ses répercussions sur les territoires d'accueil. Puis nous abordons la question de l'émergence des offres touristiques vertueuses en réponse aux nuisances causées par le tourisme de masse. Ce nécessaire préalable nous conduira à dresser le cadre conceptuel de notre thématique de recherche qu'est le tourisme solidaire, ses principes, ses impacts sur les territoires d'accueil, et ses conditions de succès. Ces jalons dès lors dressés nous conduirons à nous intéresser aux réalités algériennes : la problématique d'un tourisme de masse encore en vigueur en Algérie et les impacts de ce modèle sur le littoral. L'objectif final étant d'interroger la pertinence ou pas qu'il y aurait à envisager un tourisme solidaire en Algérie et ce au travers de 2 expériences touristiques : la première, le projet « Gite kabyle 2008 » visant la promotion et le développement du tourisme dans le village de « Djebba », situé dans la commune de Béni K'sila, entre la wilaya de Tizi Ouzou et Béjaïa. La deuxième, « Tiferdoud » un village situé dans la wilaya de Tizi Ouzou qui s'autogère en s'appuyant sur le principe de la place centrale du village réservée à la « solidarité ».*

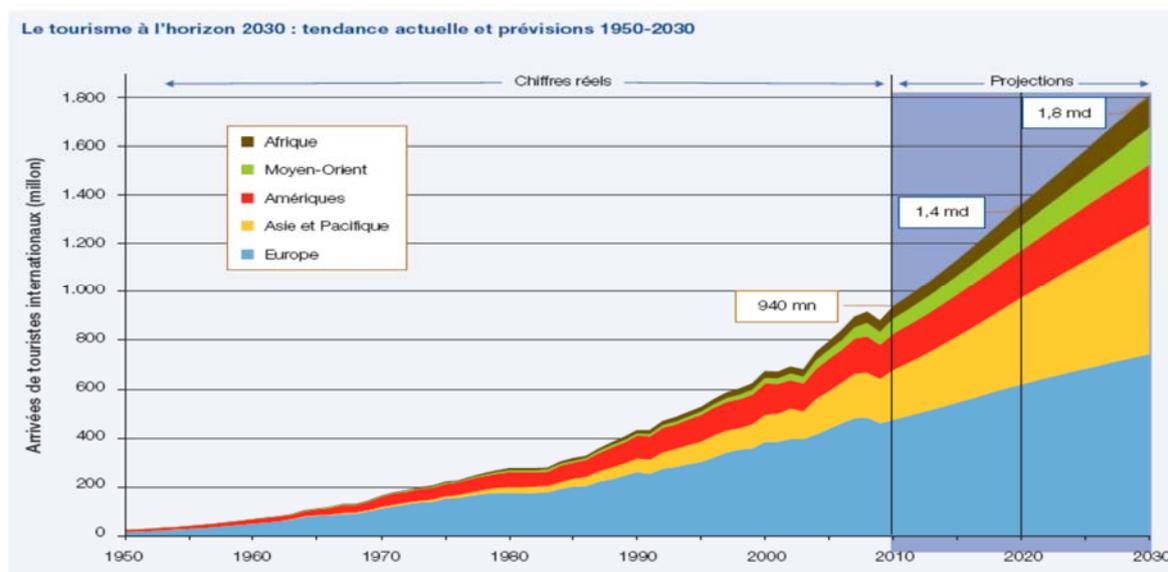
## **2. Un tourisme international en expansion :**

Depuis les années 1960 et suite à la démocratisation de l'activité touristique, le tourisme est devenu un phénomène mondial et a connu une expansion très rapide depuis sa naissance : « *Le tourisme est un phénomène nouveau qui n'a vraiment émergé dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Mais il a connu une expansion et une généralisation si rapides, à l'échelle des sociétés comme un élément banal et naturellement constitutif de cette vie quotidienne* »<sup>2</sup>. Selon le rapport de l'OMT (2017), il est écrit que le nombre d'arrivées de touristes internationaux à l'échelle mondiale devrait croître en moyenne de 3,3 % par an de 2010 à 2030. Avec le temps, le nombre d'arrivées de touristes internationaux dans le monde atteindra 1,4 milliard en 2020 et 1,8 milliard en 2030. (Cf. figure N°01).

### **Graphique N°01 : Tourisme à l'horizon 2030.**

---

<sup>2</sup> [http://www.djamelarabie.com/da/index.php?option=com\\_content&view=article&id=144:entreprises\\_touristiques&catid=35:vision&Itemid=55](http://www.djamelarabie.com/da/index.php?option=com_content&view=article&id=144:entreprises_touristiques&catid=35:vision&Itemid=55)



Source : OMT (2017), faits saillants.

Par région, l'augmentation la plus importante sera observée en Asie et Pacifique, où le nombre d'arrivées devrait s'accroître de 331 millions pour atteindre 535 millions en 2030. Le Moyen-Orient et l'Afrique devraient également voir le nombre d'arrivées plus que doubler pendant cette période, de 61 à 149 millions et de 50 à 134 millions, respectivement. L'Europe et les Amériques connaîtront, en comparaison, des croissances plus modestes, de 475 à 744 millions et de 150 à 248 millions pour l'un et l'autre continent.

De même, les recettes du tourisme international accumulées par les destinations à travers le monde ont connu une envolée, passant de 2 milliards de \$EU en 1950 à 104 milliards de \$EU en 1980, puis à 495 milliards de \$EU en 2000, pour se situer à 1.220 milliard de \$EU en 2016. (OMT, 2017).

Bien que le tourisme soit stimulateur de l'économie à tous les niveaux, il reste malgré tout source de nombreuses nuisances telles que :

a) La répartition inégale des parts de marché (arrivés/recettes) en faveur des pays du Nord, notamment l'Europe : les pays d'accueils ne sont pas suffisamment rémunérés à cause de la fuite des devises et la domination du commerce lié aux activités touristiques par les intermédiaires et les Tours Opérateurs situés la plupart du temps dans les pays du Nord<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> D'où émerge alors la nécessité d'un Commerce équitable, « un commerce fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et travailleurs marginalisés en particuliers ceux du Sud » in [www.artisansdumonde.org](http://www.artisansdumonde.org).

b) Selon D. Meyer (2003) (Caire, 2006, p. 190), les fuites dans le tourisme international vers les pays en développement sont très élevées, variant de 55 % à 77 %.

c) Il est largement admis que le touriste est un acteur principal du développement local des pays d'accueil, tout comme il peut être l'agent principal d'une détérioration de l'environnement de ces mêmes pays. La concentration et l'exploitation dangereuse de l'espace par la masse de touristes peuvent conduire à sa dégradation, un accroissement des pollutions ainsi que l'épuisement des ressources en eau et en énergies.

d) Les touristes souvent paraissent mener une vie insouciant et se comportent de façon moins responsable et plus décontractée qu'ils ne le feraient chez eux. Ce qui en résulte est souvent l'ignorance des normes et traditions sociales des populations « hôtes » pouvant alors développer des conflits et des chocs culturels entre touristes et population locale.

e) Un certain désenchantement est progressivement apparu entre les touristes et les populations d'accueil depuis la naissance du tourisme de masse. Ce dernier favorisant en effet la commercialisation d'un « packaging » de services touristiques sacralisant une coupure des contacts touristiques avec la vie réelle des populations visitées. Une coupure proche d'un isolement poussé voire de la ségrégation (Saglio, 1979, pp. 316-330).

f) L'hôtellerie est souvent tenue pour responsable de l'expansion urbaine et crée aussi une compétition avec l'utilisation traditionnelle des sols tels que l'agriculture, la pêche, et l'exploitation forestière.

g) Les travailleurs locaux sont cantonnés à des tâches subalternes, précaires et mal rémunérées. Ceci peut développer un complexe d'infériorité et d'injustice chez les populations locales.

A travers cette configuration, il ressort que le tourisme international peut être à la fois porteur de richesses, tout comme il peut être source de nombreuses nuisances sur les territoires. Pour que le tourisme poursuive son expansion et reste une industrie rentable, ses modes de fonctionnement et de développement devraient évoluer vers des pratiques plus responsables d'un point de vue environnemental, économique et social. C'est dans cette perspective d'une nécessaire prise de conscience des effets négatifs du tourisme de masse, d'un éveil aussi de la population touristique à un acte militant de « consom'acteur » au travers du tourisme que se sont déclenchées chez les acteurs du tourisme de nouvelles formes touristiques alternatives au tourisme de masse.

### 3. Une nouvelle offre touristique en gestation :

La prise de conscience des effets pervers du tourisme de masse depuis les années 50 sur les territoires a affecté les trajectoires de développement touristique de certains pays et justifié l'idée de refonder le développement dans une perspective durable et responsable.

Ces effets ont pris d'autant plus d'ampleur dans les pays pauvres que ces derniers n'ont pas toujours les mêmes capacités de réaction et de réorientation face aux nuisances du tourisme de masse en provenance des pays développés.

Sur cette base, des formes vertueuses dites «*tourisme solidaire*», «*équitable*», «*responsable*», «*communautaire*», «*éthique*», se développent régulièrement à la fin des années 1990 conjointement aux débats sur le commerce équitable, l'économie solidaire et le développement durable.

#### 3.1 Le tourisme solidaire :

##### 3.1.1 Définition :

A l'instar des autres formes, le tourisme solidaire «*regroupe les formes du tourisme alternatif qui mettent au centre du voyage l'homme et la rencontre et qui s'inscrivent dans une logique de développement durable des territoires. L'implication des populations locales dans les différentes phases du projet touristique, le respect de la personne, des cultures et de la nature ainsi qu'une répartition équitable des ressources générées sont les fondements de ce type de tourisme.*» (UNAT, 2005) Pour sa part, le FITS (Forum International Tourisme Solidaire) définit le tourisme solidaire comme : «*Un mouvement social qui cherche à maîtriser et à valoriser l'économie touristique au profit des communautés d'accueil et qui s'inscrit dans une démarche de développement territorial*» (FITS, 2016)

Le tourisme solidaire est celui qui est né de la relation pays développés 'émetteurs' - pays moins développés 'récepteurs', la solidarité résidant dans le fait que les pays développés désirent aider le développement des pays moins développés dans la question tourisme et développement local. Ceci dit, le tourisme solidaire ne peut être détaché de son contexte international, car il dépend essentiellement de la volonté des Tours Opérateurs et des ONG des pays du Nord d'envoyer (ou pas) des touristes solidaires vers des pays défavorisés.

La solidarité internationale figure parmi les dynamiques qui fondent la coopération, le partenariat, et la réciprocité des territoires. En effet, «*Le qualificatif 'solidaire' indique une référence à l'économie sociale et solidaire. La notion de solidarité implique à la fois un objectif d'utilité collective et un mode de fonctionnement particulier basé sur le consensus et une prise*

*de décision démocratique. Dans le tourisme, la solidarité exige à la fois l'ouverture d'esprit et la volonté de contribuer au développement des destinations. Si les dons matériels peuvent être un signe de solidarité, celle-ci devra passer ce stade « cosmétique » à une étape plus poussée où les acteurs locaux entretiennent des relations équilibrées avec l'autrui» (Gmira & Laajini, 2017).*

### **3.1.2 Au regard des externalités négatives du tourisme de masse, comment le tourisme solidaire se positionne-t-il en termes de retombées positives sur les territoires d'accueil ?**

a) Le tourisme solidaire repose sur une relation de solidarité et d'altruisme, de respect, de justice, et d'entraide des pays du Nord en faveur des pays du Sud.

b) Le but du tourisme solidaire est avant tout de désenclaver certaines régions, en aidant celles-ci à développer leur économie par le financement d'un fonds de développement: pour chaque séjour, 4% à 6% du prix étant reversés à des projets de développement locaux gérés par les communautés hôtes, et tous les bénéfices engendrés par l'activité touristique, leur seront redistribués de manière équitable.

c) Découvrir le monde a toujours été considéré comme une activité enrichissante pour un individu. Le tourisme solidaire procure également des contacts socioculturels, entre le touriste qui est à la recherche d'une ambiance, et la population d'accueil marginalisée en quête d'une meilleure intégration socioculturelle.

d) À l'opposé du tourisme de masse qui vise les grandes destinations et le confort des hôtels, le tourisme solidaire est orienté vers des territoires peu, ou pas du tout touristiques et très souvent ruraux. Il s'agit d'un « micro tourisme» régi par la règle dite des « 3P : Peu de visiteurs (5 à 12 personnes), Peu de temps (8 à 10 jours), Peu de mois (l'accueil n'est pas permanent et volontairement saisonnier en dehors des périodes de travaux agricoles », les flux et le nombre des touristes sont maîtrisés, c'est donc par petits groupes que les touristes vont se rendre sur le territoire, ce qui permet la réduction des intermédiaires et des externalités négatives liées à la pollution.

e) Le tourisme solidaire constitue l'une des très rares opportunités de vente des producteurs des pays en voie de développement aux consommateurs touristes vu la réduction des intermédiaires et le contact directs.

f) Renforcement des compétences des acteurs locaux en tourisme, augmentation de leur capacité de dialogue et de négociation avec les autorités locales, et les touristes.

### 3.1.3 Les conditions de succès du tourisme solidaire :

De telles caractéristiques font du tourisme solidaire un instrument solide pour le développement des territoires et source de richesses. Par ailleurs, la construction du tourisme solidaire est conditionnée par l'articulation de certains éléments qui pourraient être résumés comme suit :

a) Créer un équilibre dans les partenariats Nord/Sud (Sheou, 2006). Le projet du tourisme solidaire s'appuyant sur des réseaux de coopération et de partenariat aussi bien nationaux qu'internationaux.

b) La préparation et la sensibilisation des voyageurs qui doivent alors apprendre à se rendre sur un territoire et être conscients de leurs actes. Il devient alors important aussi de communiquer avec les touristes des résultats du projet afin de rendre compte des externalités positives et de l'importance de leur engagement.

c) Nécessité d'assurer des formations aux membres engagés de la population d'accueil (notamment les guides touristiques) pour mieux agir en termes d'accompagnement des touristes et de dialogue.

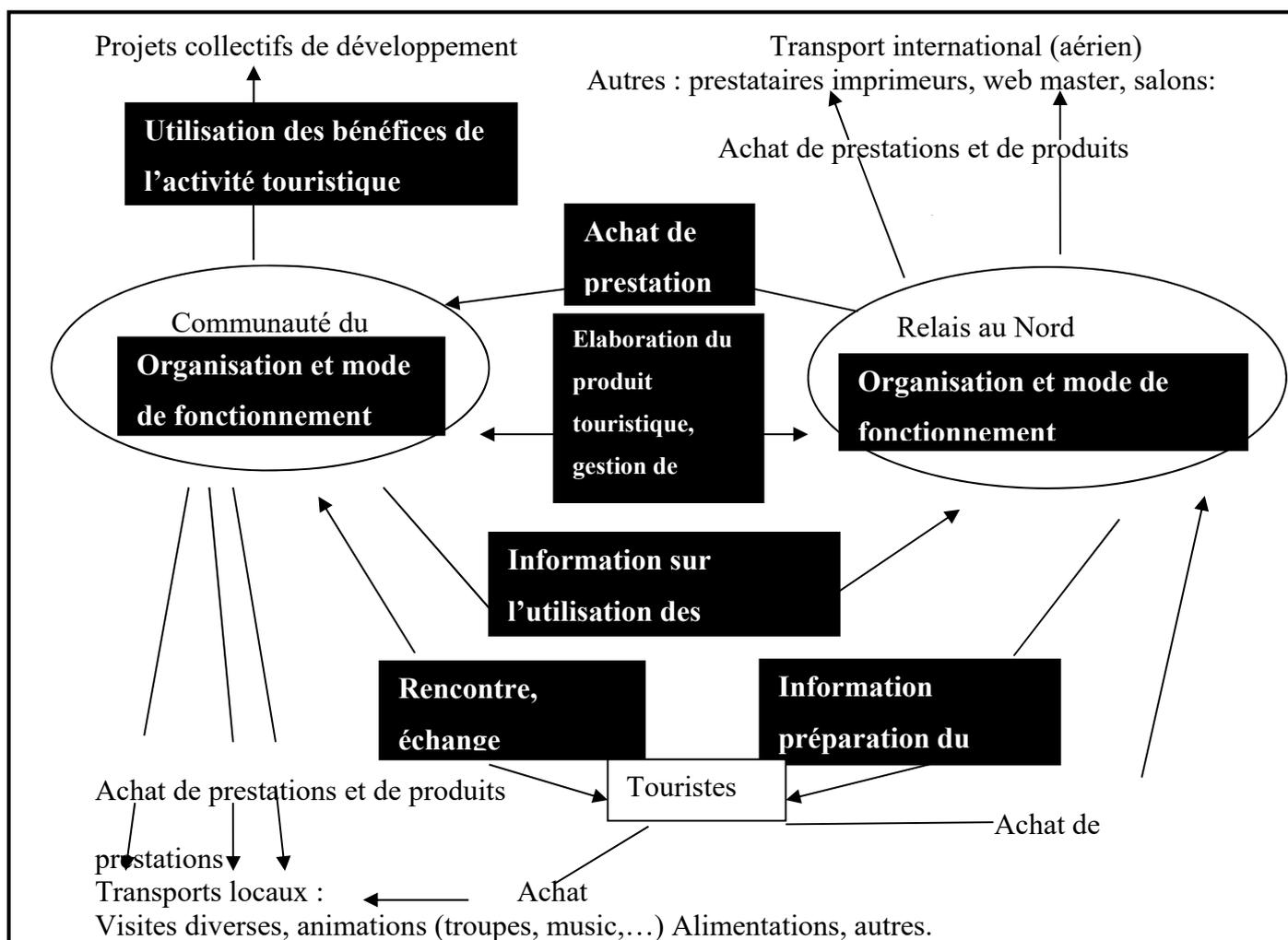
d) Le projet du tourisme solidaire doit assurer à la fois une activité économiquement rentable et socialement utile, pour autant, les porteurs du projet solidaire sont amenés à la recherche de nouveaux modes d'organisation territoriale favorisant l'élargissement du champ d'implication des acteurs dans le processus de prise de décision (la population locale n'est pas spectatrice passive mais acteur et co-organisatrice du projet du développement local).

e) Accorder une importance particulière à la pratique du suivi et de l'évaluation.

Étant donné que le tourisme est une activité transversale impliquant de nombreuses fonctions différentes (hébergement, animation, transport, assemblage des éléments, vente,...) le plus souvent mises en œuvre par des opérateurs économiques différents, on peut se poser la question de savoir quel est le mode de fonctionnement du tourisme solidaire ?

Celui-ci peut être résumé au sein de la figure suivante :

**Figure N°01. Schéma explicatif du fonctionnement du tourisme solidaire**



**Source :** Bernard SHEOU cité par MIROGLIO M. (2018). Promouvoir le tourisme solidaire en France, l'émergence d'une nouvelle offre de voyages éthiques dans le secteur touristique face à ses défis, Université Paris 3 - Sorbonne nouvelle.

#### 4. Le tourisme classique en Algérie :

##### 4.1 Quel Bilan ?

La crise dans laquelle est entrée l'économie algérienne depuis près de deux décennies a révélé la fragilité d'un modèle de développement local impulsé centralement par l'État, et appuyé principalement sur une économie rentière (une croissance économique qui dépend essentiellement du secteur des hydrocarbures à hauteur de 97% des exportations et 70% des recettes budgétaires de l'État) qui a influé sur la diversification économique, notamment dans les secteurs jugés prioritaires et porteurs de richesses tels que le tourisme et l'agriculture.

Dans ce contexte de dépendance aux hydrocarbures, entrevoir le tourisme comme voie alternative aux ressources non renouvelables<sup>4</sup> paraît à l'évidence constituer un impératif national plutôt qu'un simple choix à opérer par l'économie algérienne.

Longtemps marginalisé par les décideurs qui n'ont jamais su lui donner l'image d'une destination touristique par excellence (comparativement aux pays du voisinage méditerranéen) le secteur du tourisme présente de faibles performances malgré les atouts et les potentialités touristiques dont le pays dispose<sup>5</sup>.

Il se trouve en effet confronté à de multiples problèmes: des sites peu voire pas du tout aménagés pour l'accueil des touristes, des moyens de transport mal organisés et non conformes aux normes internationales (qualité des équipements, gestion, embouteillage...etc.), une absence d'aménagement des plages, des échecs de promotion touristique, des insuffisances en matière des partenariats public/privé, une absence de professionnalisme et la liste est loin d'être exhaustive.

Dans le même sens, l'Algérie peine encore à se faire une place parmi les pays du bassin méditerranéen de grande attraction touristique tels que Maroc et Tunisie ses concurrents immédiats et l'écart est encore plus lourd face aux pays européens du Sud. En 2017 (OMT, 2017) et selon le Ministère du Tourisme, l'Algérie a connu un flux touristique modeste (1,710 million) pour légèrement plus (environ 2 millions) en 2018. Alors que ses voisins maghrébins en enregistraient environ le quintuple, voire le sextuple. Selon les chiffres communiqués par le Ministère du tourisme marocain (Ministère du Tourisme, 2019), le Maroc a enregistré 12,3 millions de touristes en 2018, soit une progression de 8% par rapport à 2017.

Le Département du Tourisme Tunisien avait annoncé que le pays a accueilli, durant le premier semestre 2019, près de 3,774 millions de touristes, soit une augmentation de 16,7% par rapport à la même période de l'année écoulée. En France et selon les chiffres dévoilés dans le cadre du 4<sup>ème</sup> Conseil interministériel du Tourisme étaient enregistrés en 2018 pas moins de 90 millions de touristes.

L'Analyse de la clientèle attendue au Maroc, en Tunisie, et en France, place l'Algérie dans une situation de concurrence acharnée. La solution pour cette dernière se situerait dans l'originalité d'un produit touristique compétitif répondant aux exigences tant du marché national (qui enregistre une déperdition des touristes algériens vers l'étranger) qu'international

---

<sup>4</sup> Les hydrocarbures et les énergies fossiles sont limités dans le temps et se trouvent confrontés actuellement à une situation de concurrence par les énergies renouvelables (Soleil, vent, ..).

<sup>5</sup> Une superficie de 2 381 741 km, un climat ensoleillé, des paysages contrastés, des sites historiques très variés, un Sahara très vaste. Elle dispose aussi d'une trilogie de paysages : la montagne, la mer et le désert. Un littoral étalé sur plus de 1622 km de côtes, soit ainsi un tourisme balnéaire, climatique, saharien, urbain, rural.

(qui lui, exige une adaptation aux exigences nouvelles d'un tourisme devenu éthique bien moins que conventionnel). En effet, selon le dernier rapport du Forum Economique Mondial (World Economic Forum WEF) portant classement mondial de la compétitivité touristique sur un ensemble de pays (138 pays)<sup>6</sup>, l'Algérie arrive à la 118ème place, et à la 19ème place à l'échelle africaine, loin derrière nos voisins (Maroc arrive à la 3ème place et Tunisie à la 9ème) (Chikh, 2017).

En matière de recettes touristiques, l'Algérie occupe une place minime dans le PIB par rapport à ses voisins magrébins, où au Maroc notamment, le tourisme est un contributeur important à la balance des paiements, et détient une place appréciable en tant que source génératrice de devises.

En effet, les recettes générées par les non-résidents ayant séjourné au Maroc se sont situées en 2018 (hors transport international) autour de 73,2 milliards de dirhams. Ces chiffres représentent près de 18% des exportations des biens et services en 2018, et contribue à hauteur de 11% au PIB national. Le secteur est également un excellent pourvoyeur en emplois avec 548 000 emplois directs en 2018 soit près de 5% de l'emploi dans l'ensemble de l'économie.

En Tunisie, selon des données publiées par la Banque Centrale en 2019, les recettes touristiques ont augmenté de plus de 43%, en juillet 2019 qui en comparaison avec la même période de l'année écoulée enregistraient 2,2 milliards de dinars (contre 1,5 milliard de dinars en juillet 2018). En France, les recettes restent sans commune mesure avec ces données puisqu'ils sont estimés à 56,2 milliards d'euros en 2018, soit une progression de 5% par rapport au 2017.

En revanche, en comparant les dépenses touristiques en Algérie, on observe que le montant en devises dépensé par les nationaux à l'étranger reste supérieur à celui des devises générées par les flux d'entrées des non résidents entre 2015 et 2017<sup>7</sup>. (Cf. statistiques du Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. Tab. N°01).

Et le secteur contribue à hauteur de 1,6 % seulement au PIB national. (Cf. Tab. N°02).

---

<sup>6</sup> Le classement s'effectue selon un ensemble de critères (la sécurité, la santé, l'hygiène, l'ouverture sur l'étranger, la valorisation des ressources naturelles, l'environnement durable, les ressources culturelles, le marketing touristique, le niveau des prix, les ressources humaines qualifiées, les infrastructures routières et aéroportuaires et les services touristiques, compétitivité des prix..).

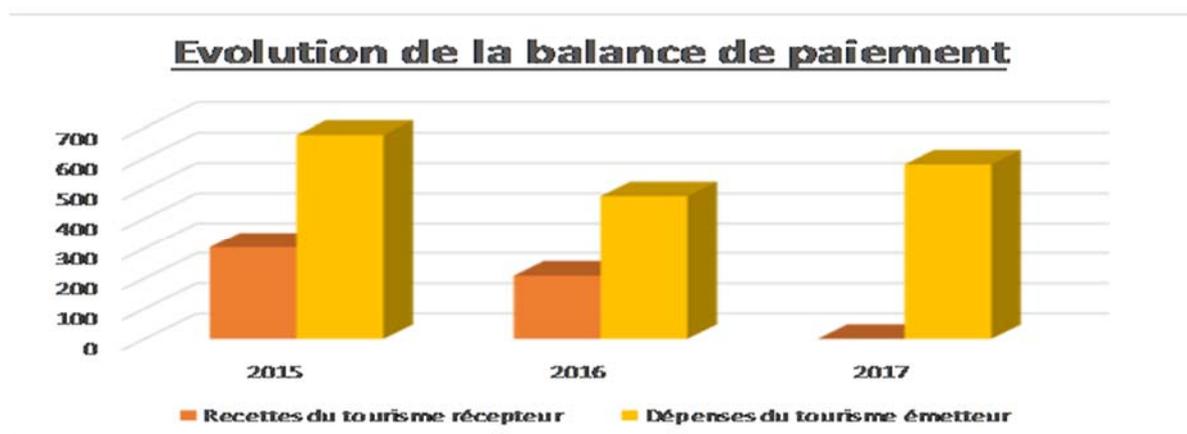
<sup>7</sup> Il est important de spécifier que les recettes touristiques à travers le poste voyage ne cernent pas la totalité des recettes générées par le tourisme, le fait étant qu'une bonne partie de change s'effectue au niveau du marché parallèle de devises, notamment par les algériens résidents de l'étranger.

**Tableau N°01. Evolution de la balance de paiement (2015-2017) Unité millions de dollars**

Années	2015	2016	2017
Recettes du tourisme récepteur	304	209	140,5
Dépenses du tourisme émetteur	677	475	580
Déficits	-373	-266	-439.5

Source : MTA (2018)

**Graphique N°02 : Evolution de la balance de paiement (2015-2017) Unité millions de dollars**



Source : MTA (2018)

**Tableau N°02. Evolution en % de la part du secteur du tourisme dans le PIB (Branche Hôtels, Cafés et Restaurants)**

Années	2015	2016	2017
Part du tourisme dans le PIB (%)	1,3	1,4	1,6

Source : MTA (2018)

En matière de capacité lits, l'Algérie a atteint à peine 69 861 lits, et 31 326 lits dans des hôtels classés de type urbain et balnéaire sur l'année 2017 (Cf. Tab N°03). Quant au Maroc, à titre de comparaison, et à la fin 2018, la capacité lits classée a atteint 261 256 en progression de près de 7 426 lits par rapport à 2017 (Ministère du Tourisme, 2019). Les hôtels 3\*,4\*,5\* et les hôtels clubs au Maroc constituent 56% du total du parc de l'hébergement touristique classé.

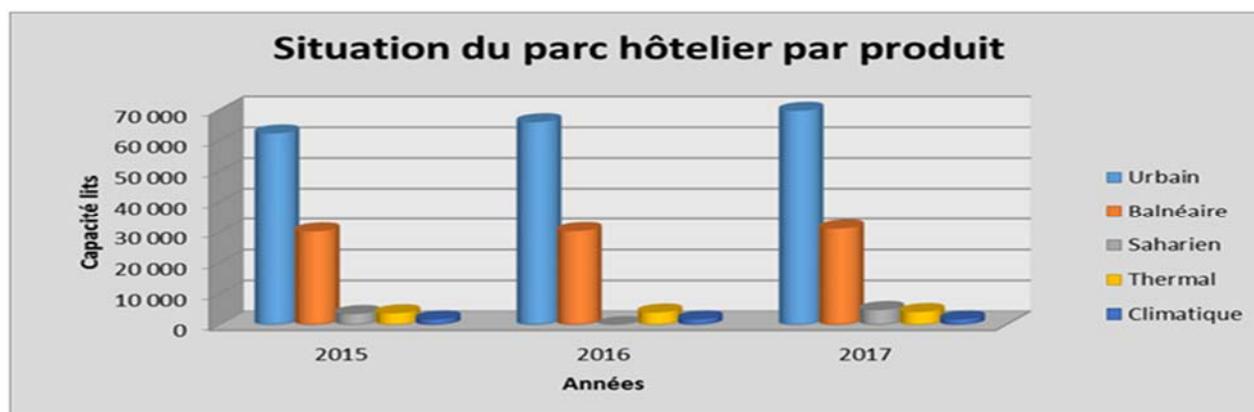
Ce qui conduit à s'interroger sur la situation qui prévaut dans le secteur de l'hôtellerie en Algérie.

**Tableau N°03. Situation du Parc hôtelier (2015-2017)**

Années	2015	2016	2017
Urbain	62 479	66 155	69 861
Balnéaire	30 380	30 500	31 326
Saharien	3 636	4 780	4 928
Thermal	3 866	4 102	4 266
Climatique	1 883	1 883	1 833
Total	102 244	107 420	112 214

Source : MTA (2018)

**Graphique N°03 : Situation du Parc hôtelier (2015-2017)**



Source : MTA (2018)

Des projections de scénarios évolutifs en matière de capacité de lits, l'Algérie prévoit 187000 lits en 2025, quant au Maroc (374180 lits), et la Tunisie (360000) en 2020 (Cf. Tab. N°04).

**Tableau N° 04. Capacité de lits principaux concurrents Algérie 2020**

Pays	Lits	Année	Projection lits 2020	Projection touristes	Type de tourisme
Turquie	706019	2012	-	41 millions	48.46% balnéaire
Egypte	429060	2009	-	26 millions	69 % côtes
Tunisie	250000	2009	360000	10 millions	69 % balnéaire
Maroc	178000	2010	374180	13 millions	61% Marrakech- Agadir- Casablanca- Tanger
Algérie	96500*	2012	120000 lits (187000 lits en 2025)*	2,5 millions (2015)	49.24% urbain, 32.37% urbain, 11.97 sahariens, 5.28 thermaux, 1.15 climatiques*

**Source :** Conseil Mondial des Voyages et du Tourisme (WTTC), \*ONS et SDAT 2025, in BOUDJANI M. (2018). Tourisme durable en Algérie. Autre utopie ou option réelle de développement ? Revue d'économie et de développement humain, 9(2), P.396.

Il est vrai que l'infrastructure s'est enrichie ces dernières années de quelques hôtels essentiellement urbains et balnéaires (Cf. Tab. N°03) mais la quantification et l'urbanisation (concentrée principalement sur la bande littorale du pays) n'est pas suffisante pour faire de l'Algérie une véritable destination face à cette concurrence acharnée des pays de la rive de la méditerranée (nombre de touristes, recettes, et capacité lits). Le développement touristique d'un pays n'est pas en effet exclusif d'une situation matérielle d'équipements à réunir car il suppose aussi un développement qualitatif des services à proposer où la qualité est conçue comme une adaptation constante et accélérée aux attentes des populations tant locales qu'étrangères.

L'Algérie doit donc se démarquer par un produit touristique inscrit dans une démarche éthique et responsable, dont le tourisme solidaire réunirait toutes les parties prenantes (opérateurs économiques, institutions, population locale, et touristes étrangers), et en rupture avec le modèle classique de masse continuant de générer des pertes économiques, sociales et environnementales.

#### **4.2 Le littoral, un espace dégradé :**

L'Algérie reste toujours marquée par un tourisme de masse orienté principalement vers l'offre balnéaire et ce depuis les années 60. Vers la fin des années 90, le littoral algérien (bordé au Nord par la mer Méditerranée et s'étendant d'Est en Ouest sur un linéaire côtier de 1622,48 Km) a connu des transformations profondes et brutales.

En effet environ 70% de la population algérienne totale (estimée au 1<sup>er</sup> janvier 2018 à 42.2 millions d'habitants) est urbaine et est concentrée sur une bande littorale représentant à peine 4% du territoire national. Ce taux d'urbanisation devrait qui plus est atteindre 85% à l'horizon 2050 (Bachar, 2018).

Cette concentration de la population dans les grandes métropoles algériennes et dans celles du littoral, est une des conséquences directes de l'urbanisation démesurée, ainsi qu'une aggravation de problèmes actuels déjà inquiétants : une consommation foncière excessive, une accélération de la dégradation du patrimoine bâti, une pollution des nappes phréatiques, une gestion des déchets inefficaces, et des effets cumulatifs de tous ces facteurs sur les milieux et la santé des populations (Bleu, 2012)

Le littoral oranais qui s'étale sur une longueur de 18 kilomètres au départ de la commune d'Ain El Kerma, à l'Ouest de la wilaya, pour aboutir à la commune de Mers El Hadjadj, à l'Est, est particulièrement et de plus en plus agressé par diverses formes de nuisances : activités industrielles et portuaires, augmentation des besoins en sable et en gravier pour les projets d'aménagement, industries et différentes constructions entraînant une surexploitation des sédiments dans le lit des cours d'eau et sur la côte, tourisme de masse et urbanisation démesurée ne respectant pas ou peu la législation en vigueur, expansion démographique galopante accompagnée d'un accroissement des rejets d'eaux usées aux traitements insuffisants.

Outre la forte concentration de la population permanente, le littoral oranais constitue la destination privilégiée d'une large population d'estivants internes, selon le bilan communiqué par les services de la Protection Civile de la wilaya d'Oran : près de 19 millions estivants ont été enregistrés durant la saison estivale en 2018, et plus de 616.000 durant le mois de juin 2019 dans les plages autorisées à la baignade. En matière de capacité lits, Oran dispose d'une capacité

d'accueil estimée à 15.000 lits en 2018. Elle devrait passer à près de 26.000 fin 2019, et à 50.000 lits d'ici cinq ans, selon le Ministère du Tourisme. La concentration spatiale du nombre de touristes observée sur le littoral oranais n'est pas synonyme de développement ou de durabilité, elle engendre des effets négatifs non négligeables, notamment sur la capacité de charge du littoral<sup>8</sup>.

Les défaillances du secteur touristique en Algérie impactent négativement l'environnement dégradé par un tourisme de masse prenant la forme d'une forte concentration touristique balnéaire. Ce tableau est de même assombri par une fuite des touristes algériens et étrangers vers les rivages tunisiens occasionnant ainsi des pertes financières non négligeables<sup>9</sup>. Des conditions aussi peu favorables à un tourisme interne où les offres sont excessives pour une qualité moindre (confort, pollution, paysages bétonnés, déchets excessifs) expliquent la ruée vers la Tunisie pays tout juste aux portes de l'Algérie. Ainsi près de 2,5 millions de touristes algériens se sont rendus en Tunisie en 2018. Les tarifs pratiqués expliquent en grande partie la ruée vers ce pays : 70 000 Da en Algérie pour un séjour d'une semaine en bord de mer alors que pour la même période en Tunisie où la qualité de service est largement meilleure, l'algérien déboursa 35000 DA (Chih, 2018).

La configuration observée en matière d'arrivées touristiques ne permet pas pour l'instant de considérer le tourisme comme levier de développement local pour l'Algérie, celle-ci ayant à faire face aux problèmes suivants :

- a) Dégradations des côtes et écosystèmes, concentrations littorales dues à un tourisme balnéaire de masse quasi seul choix touristique proposé aux estivants.
- b) Saisonnalité du fait touristique concentrant la quasi-totalité des recettes touristiques presque exclusivement en été.
- c) Bétonnage démesuré du littoral.
- d) Concurrence acharnée avec les voisins autant maghrébins que pays développés du Sud méditerranée en matière d'arrivées et capacités lits.
- e) Accaparement des recettes par les gigantesques du tourisme (tours opérateurs, grandes chaînes hôtelières, compagnies aériennes), l'offre touristique demeurant sous la

---

<sup>8</sup> L'OMT définit la capacité de charge comme : « Le nombre maximum de personnes susceptibles de visiter une destination touristique en même temps, sans causer la destruction du physique, environnement économique et socioculturel et une baisse inacceptable de la qualité de la satisfaction des visiteurs ».

<sup>9</sup> Estimé à au moins 3 milliards de dollars, au grand bonheur des pays récepteurs comme la Tunisie, la Turquie, ou encore l'Egypte. In <https://www.visa-algerie.com/pourquoi-les-algeriens-preferent-passer-les-vacances-a-letranger/>

dépendance des TO étrangers, un paramètre peu maîtrisable où l'Algérie se trouve désarmée, et en position de demandeur dans l'expectative.

f) Faible diversification de l'offre touristique (camping, hôtels appartements, résidences), pour cibler les CSP modestes et moyennes mais plutôt des villages touristiques d'excellence réservés à des segments précis de clientèles « à très fort pouvoir d'achat », ce qui peut créer un sentiment d'infériorité chez la classe moyenne et un manque d'équité sociale.

### **5. Le tourisme solidaire : la formule alternative ?**

Dans ce contexte de tourisme de masse, la question qui se pose est de savoir s'il est possible d'envisager un tourisme solidaire alternatif aux effets pervers du tourisme de masse, en direction du littoral ? Le positionnement stratégique de l'Algérie consacré par le SDAT(2030) augure-t-il d'une possible conciliation avec les principes du tourisme solidaire ?

A travers le cas du tourisme solidaire, il est possible, pensons nous de remédier aux répercussions négatives du tourisme de masse sur le littoral algérien en créant une activité touristique durable génératrice de retombées positives : emplois (notons que les dépenses des touristes constituent un marché potentiel pour les produits locaux, notamment l'artisanat), les recettes redistribuées aux populations locales leur permettant de financer des projets locaux. Il est important de préciser aussi, que le nombre maîtrisé des touristes sur le territoire permettra de réduire le taux de pollution et de dégradation des sites. Le tourisme solidaire assure également des contacts socioculturels et peut contribuer à améliorer l'image sécuritaire de l'Algérie, et particulièrement Oran.

Le développement du tourisme en Algérie, est consacré par le Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT) qui vise une « mise en tourisme » (Direction Generale du Tourisme, 2015) de l'Algérie à l'horizon 2030. L'objectif de cette stratégie tend vers l'élévation du tourisme au rang de véritable industrie générant des postes d'emploi et des richesses nationales notamment par le développement de l'investissement et de l'entrepreneuriat touristique, pierre angulaire de la stratégie touristique nationale.

En revanche, les résultats pessimistes enregistrés dans le secteur du tourisme en Algérie sont clairement le résultat d'une absence de volonté politique en matière touristique. Cette absence est due essentiellement, faut-il le rappeler, à la place prépondérante qu'occupe le secteur des hydrocarbures dans le financement de l'économie nationale. Le développement touristique en Algérie est souvent synonyme de nombre d'hôtels et de quantification touristique, où le concept de « durabilité », est de plus en plus mis en avant dans un packaging politique sans qu'elles soient réellement suivies d'application. En outre, le nouveau positionnement

touristique algérien reconduit un discours où la seule «durabilité d'une promotion touristique cadré dans un discours marketing l'emporte plus largement que sur le choix d'un tourisme durable». (Boudjani, 2018). Ainsi, le programme de réalisation de 7 pôles touristiques d'excellence à l'horizon 2030 (SDAT), la création de 100 villages touristiques, l'enregistrement de 17 millions de touristes sur le moyen terme, dénotent de par ces ambitions démesurées d'un contraste saisissant d'avec les réalités de terrain.

Ainsi les programmes annoncés se caractérisent par une multitude d'objectifs généraux nombreux, peu hiérarchisés, non inscrits dans le temps par des programmes annuels ou pluriannuels, et encore moins par les moyens matériels et humains à mobiliser en conséquence. Dans le même sens, l'Algérie reste encore marquée par le tourisme de type conventionnel orienté principalement vers l'offre balnéaire. L'absence d'une stratégie touristique réaliste empêche le développement des autres formes touristiques malgré une palette très riche de l'offre touristique dont dispose le pays (destination saharienne et de montagne, diversité culturelle, etc.). Les actions publiques engagées par la tutelle sont déséquilibrées au profit d'une intervention centrée sur la promotion des destinations alors que l'offre touristique reste loin d'être adaptée aux attentes de la clientèle internationale.

Notons également que, la stratégie algérienne est orientée principalement vers l'offre balnéaire de type « marchand » continuant d'investir un littoral saturé, rendant difficile la réorientation des motivations vers des produits responsables et durables. Et l'expérience a démontré un contraste saisissant et fortement démobilisateur entre les discours redondants sur la nécessité d'asseoir une politique de développement durable du tourisme, et la réalité d'une bureaucratie inadaptée à la prise en charge de tels enjeux du 21<sup>ème</sup> siècle placé sous le signe de la défense de l'environnement.

Cependant quelques expériences du tourisme solidaire initiées par la population locale de certains villages en Algérie en collaboration avec des organismes externes peuvent être répertoriées car elles tentent grâce à la solidarité de valoriser leurs territoires.

#### **6. Les expériences du tourisme solidaire en Algérie :**

Il est heureux de savoir qu'il existe des projets de tourisme solidaire ayant vu le jour en Algérie ces derniers temps, malgré qu'ils soient rares. Nous avons pu lors de cette présente recherche identifier cinq (05) projets : le projet « tourisme solidaire en Kabylie, 2006 » ; « Gite Kabyle, 2008 », « Aït Hamou, 2017 », « Sac à tour, 2016 », « Tiferdoud : un village qui s'autogère ». Nous avons choisi dans les lignes suivantes de présenter deux (02) de ses projets : le projet «Gite Kabyle, 2008 », et « Tiferdoud ». Alors que le premier repose sur l'appui d'un organisme externe à une association locale afin de l'aider à établir un projet touristique

permettant à la population d'accueil de percevoir des retombées positives directes, le deuxième émane de la volonté de la population locale elle-même à désenclaver le village en développant une activité touristique respectueuse du patrimoine et créatrice d'emplois et de revenus.

### 6.1 Gîte kabyle, 2008 :

Djebla, un village situé dans les montagnes sur la crête la plus haute de la commune de Béni K'sila à 700 mètres d'altitude et à 20 minutes des plages de Béni K'sila entre la wilaya de Tizi Ouzou et Béjaïa, dispose d'une vue imprenable sur la Méditerranée. Ayant obtenu l'accord de financement par l'Union Européenne dans le cadre du projet algéro-européen : un programme d'appui aux associations algériennes de développement (ONG2)<sup>10</sup> « Tadjemâat N'Djebla » une association locale avait lancé en 2008 le projet «Gîte Kabyle», visant la promotion et le développement du tourisme dans cette région balnéaire.

Le projet consiste en la restauration, la réhabilitation et l'équipement des maisons kabyles anciennes afin de les mettre ensuite à disposition des touristes, étrangers et locaux. Il devrait permettre ainsi la sauvegarde de ces anciennes maisons à l'architecture typiquement kabyle qui sont menacées de disparition du fait du phénomène d'urbanisation moderne.

La concrétisation de ce projet a coûté 3 800 000 DA (Zoreli, 2017), 5% étant à la charge de l'assemblée du village, 15% à la charge de l'assemblée populaire de la wilaya de Bejaia, les 80% restant à charge de l'ONG2. Il faut noter aussi, qu'une partie des rentrées financières de l'exploitation de ces maisons revient à leurs propriétaires, tandis que l'autre partie est utilisée dans les travaux de réhabilitation et d'équipement d'autres maisons.

Avec une main-d'œuvre et des matériaux locaux, 20 maisons ont été restaurées en un an, toutes équipées de lits et d'autres commodités, d'une capacité globale d'accueil de 100 touristes, et plus de 450 arbres ont été plantés autour du village afin d'éviter l'érosion de la terre. En 2011, et avec l'appui du Réseau Agir Responsable En Méditerranée par le Développement du Tourisme (AREMDT), les jeunes du village ont bénéficié d'une formation sur les principes du tourisme solidaire et du développement local. L'objectif étant de réaliser le projet du tourisme solidaire en conformité avec les principes de la charte sur le tourisme solidaire adoptée par l'AREMDT.

Ce projet de 5 000 euros a été financé conjointement par AREMDT et CCFD-Terre Solidaire<sup>11</sup>. L'Assemblée populaire communale de Beni Ksila a apporté sa contribution en

---

<sup>10</sup> Le projet ONG2 s'inscrit dans la continuité du projet ONG1 réalisé entre 2000 et 2004. Parmi ses objectifs, le soutien aux associations par des actions de formation et des financements entrant dans le domaine social, la promotion du droit de la femme et des jeunes, la protection de l'environnement, la promotion de l'écotourisme

<sup>11</sup> Est la première ONG (Organisation Non Gouvernementale) française de développement. Depuis sa création en 1961, le CCFD-Terre Solidaire (Comité Catholique contre la Faim et pour le Développement- Terre Solidaire)

prenant en charge le transport des participants durant les travaux. Parmi les réalisations du projet :

a) En matière de création d'emplois : l'association a recruté 5 personnes de sexe féminin connaissant bien le métier. Trois d'entre elles participent à la construction et les deux autres sont chargées de la décoration intérieure des maisons. A cet effectif s'ajoute celui d'artisans maçons.

b) En matière d'activité touristique : durant sa cinquième édition, en 2014, la fête de « *tameghra ou dharyis ou amenzun tefsuth* »<sup>12</sup> a drainé 3500 visiteurs. Grâce à ce projet, les artisans du village sont parvenus à faire découvrir et vendre leurs produits.

c) En matière d'exploitation des ressources naturelles : la restauration s'est faite suivant les techniques anciennes par l'utilisation de matériaux naturels, comme l'argile et la bouse de vache dite "tarfa". Et ceci tant pour la restauration que pour la décoration : des Ikoufane, sorte de mini-silos en terre séchée utilisés pour la conservation des figues, des jarres à huile, des gargoulettes. Une restauration typique, avec la participation des gens de Béni Ksila et ceux d'autres villages.

## **6.2 Tiferdoud, l'exemple d'un village qui tente son expérience en solidarité nationale :**

Tiferdoud, dans la wilaya de Tizi Ouzou, est le village le plus haut de Kabylie. Il est niché à 1197 mètres d'altitude et compte 1 500 habitants. Ce village s'autogère en s'appuyant sur le principe de la place centrale du village réservée à la « *Tajmaat* » ou « *solidarité* ». Les habitants du village engagés dans l'écocitoyenneté se réunissent chaque mois pour penser, concevoir et réaliser conjointement des projets de développement local afin de redynamiser leur territoire grâce à une organisation bien maîtrisée.

Selon l'architecte indépendant et membre du comité du village « *Les gens ont l'habitude de s'entraider, de mutualiser leurs moyens financiers ou leurs compétences pour construire des projets. La nouveauté c'est qu'on a introduit de nouvelles méthodes de gestion, notamment la comptabilité et la mise en place des budgets* ».

Suite à ces initiatives plusieurs maisons ont été fraîchement repeintes, les ruelles fleuries par les gens du village et plusieurs fois par semaine, hommes et femmes se relaient à une heure

---

mobilise la solidarité en France pour lutter contre la faim dans le monde. L'association se donne aujourd'hui pour mission la solidarité internationale.

<sup>12</sup> Tameghra ou *amenzu n tefsuth* (fête du premier jour du printemps), est une fête traditionnelle organisée dans l'ensemble de l'ancienne Kabylie, un projet réalisé en 2010, dont la finalité est de faire revivre les fêtes traditionnelles au cours desquelles les visiteurs vont découvrir les spécificités et les produits du village. Ce projet de 5 000 euros a été financé intégralement par un groupe d'ONG espagnoles « Solidaridad Internationnal ».

fixe pour maintenir la propreté des lieux, entretenir au bénéfice des enfants, le terrain de football, une crèche, un chapiteau à l'entrée du cimetière, une maison des jeunes ou encore le musée des Martyrs de la Guerre de libération.

Pour assurer le bon fonctionnement de ces structures, celles-ci ouvrent à des heures fixes et font l'objet d'une gestion rigoureuse par un ou plusieurs habitants désignés par la communauté. Une fois les travaux lancés, les autorités ont financé tout ou partie de certains projets, et au fur et à mesure que les projets avançaient, les habitants assuraient eux-mêmes l'autofinancement. A Tiferdoud, les projets locaux ont respecté la structure du village permettant ainsi d'envisager l'accueil de touristes algériens et étrangers. Des membres de l'association touristique « Amnir » de Tizi Ouzou, ayant pour vocation la promotion du tourisme solidaire dans le village, ont assuré une formation aux citoyens désireux de s'initier au tourisme solidaire. Un logis chez l'habitant leur a été proposé ce qui a eu un impact sur le plan économique par la création d'emplois mais aussi la garantie de préserver traditions et coutumes du village.

Enfin, il ressort de ces expériences de terrain que la qualité d'un projet local et la coopération de partenaires nationaux s'avèrent essentielles pour l'instauration d'une dynamique d'adhésion des acteurs de la société civile à des projets d'économie solidaire.

## **7. Conclusion:**

*Le tourisme peut incarner un vecteur de transmissions d'effets positifs transversaux (aux sociétés et à l'environnement, mais il peut aussi être celui de pressions susceptibles de détruire ses propres ressources si on le développe sans se soucier de sa durabilité. La conséquence directe est que l'économie peut effectivement mieux se porter à court terme mais s'appauvrir à plus long terme en détruisant des ressources moins marchandes mais précieuses socialement pour les générations futures. En Algérie, le tourisme solidaire peut-il incarner une formule alternative de développement local au regard des externalités négatives du tourisme balnéaire de masse ? L'expérience du tourisme de masse a en effet établi, preuves à l'appui que le développement touristique peut ne pas être gage de qualité et de durabilité.*

*De plus, la configuration géographique et prospective du fait touristique international autour du Bassin Méditerranéen montre que l'Algérie aura des difficultés à se faire une place appréciable (selon le PNUE, à peine 0.4 % en 2025) en matière de tourisme balnéaire qui soit emprunté au tourisme de masse.*

*Entrevoir le tourisme solidaire comme une forme alternative au tourisme conventionnel et une économie de substitutions aux hydrocarbures semble être une alternative inévitable. L'expérience d'un tourisme 'économiquement viable', 'socialement équitable' et 'écologiquement responsable', fait déjà des émules dans les pays voisins maghrébins, expériences qu'il n'est pas compliqué de reproduire puisqu'elles reproduisent un vécu déjà plus que séculaire. Les deux expériences de tourisme solidaire rapportées dans cet article dévoilent pour le moins, une volonté manifeste des citoyens de ce village de s'investir dans une formule de tourisme solidaire. Elles demeurent cependant peu fréquentes en regard des formules conventionnelles. Un début qui pourrait être prometteur.*

## 8. Références bibliographiques :

- Bachar, K. (2018). Quelques chiffres autour de l'évolution de la population urbaine en Algérie . (RURAL-M Etudes sur la ville- Réalités Urbaines en Algérie et au Maghreb ).
- Bleu, P. (2012). *Tourisme en méditerranée: un moteur de développement durable ?*
- Boudjani, M. (2018). Tourisme durable en Algérie: Autre utopie ou option réelle de développement? *Revue d'économie et de développement humain* , 09 (02), pp. 388-401.
- Caire, G. (2006). Le tourisme solidaire et équitable: "créneau de solidarité" ou champ d'expérimentations d'un tourisme" socialement durable?". *Economie et solidarités* .
- Chih, A. (2018). *pourquoi les algériens préfèrent passer les vacances à l'étranger?* Consulté le 08 2019, sur Visas & Voyages Algérie: <https://www.visa-algerie.com/pourquoi-les-algeriens-preferent-passer-les-vacances-a-letranger/>
- Chikh, S. (2017). l'activité touristique en Algérie: Réalités et perspectives de développement. *El Bahith* (17 ), pp. 161-167.
- Direction Generale du Tourisme. (2015). *Comment investir dans le tourisme ?*
- FITS. (2016). *Tourisme solidaire et développement durable, bilan et perspectives*. Marseille.
- Gmira, F., & Laajini, T. (2017). Le tourisme solidaire, outil de valorisation des ressources territoriales: Cas de l'association migration et développement. *International journal of innovation and applied studies* , 19 (4), pp. 781-788.
- Ministère du Tourisme Maroc. (2019). *Chiffres Clés*. Consulté le 08 2019, sur Ministère du Tourisme, de l'Artisanat, du Transport Aérien et de l'Economie Sociale: <https://www.tourisme.gov.ma/fr/tourisme-en-chiffres/chiffres-cles>
- OMT. (2017). *Faits saillants*.
- Saglio, C. (1979). *Tourisme, passeport pour le développement?* Paris: Economica.
- Sheou, B. (2006). Tourisme solidaire ou tourisme équitable ? *Tourisme équitable et solidaire* . La Rochelle, France.
- UNAT. (2005). *Le tourisme solidaire vu par les voyageurs français, notoriété, image et perspectives*.
- Zoreli, M. A. (2017). L'économie solidaire en Kabylie, Don, réciprocité et résilience systémique. *Revue du Mauss* , 02 (50), pp. 307-339.

