

Le tourisme, levier de développement local: Analyse du rôle des collectivités locales dans la mise en tourisme de l'Algérie

HAMDI PACHA Nadia
Université de Blida 2

Résumé :

Le tourisme constitue un excellent levier pour redynamiser l'économie à l'échelle locale, il permet de corriger les déséquilibres géographiques et socio-économiques des territoires. Son développement ne peut trouver sa pleine efficacité qu'en s'appuyant sur une organisation des volontés locales. La collectivité locale est amenée désormais à jouer un rôle de plus en plus important dans la promotion de son patrimoine touristique. Elle ne se résume pas seulement à une administration délimitée géographiquement, plus encore, c'est une entité culturelle, économique et sociale susceptible d'associer tous les acteurs locaux pour atteindre un but commun qui est d'élaborer et de faire fonctionner différents projets contribuant au développement de son territoire.

Mots clés : tourisme, collectivités locales, SDAT 2030, développement.

المَلخَص :

ان تنشيط قطاع السياحة يعتبر احد اهم الاليات التي تسمح بانعاش الاقتصاد المحلي، ذلك انه يسمح بتصحيح الاختلالات الجغرافية و الاجتماعية والاقتصادية للأقاليم. لكن تطوير فعالية هذا القطاع مرتبط بمدى تجند الارادات المحلية في هذا الاتجاه. فالجماعات المحلية مدعوة الان اكثر من اي وقت مضى، لان تلعب دورها في الترويج لموروثها السياحي. فدورها لا يقتصر على كونها مجرد حيز اداري محدد جغرافيا، بل هي أكثر من ذلك، فهي عبارة عن كيان ثقافي واقتصادي واجتماعي قادر على اشراك وربط جميع الاطراف الفاعلة محليا لتحقيق هدف مشترك يتمثل في انجاز مختلف المشاريع التي تساهم في تنمية الاقليم.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الجماعات المحلية، مخطط التطور والتنمية الساحية

Introduction :

Les répercussions de la politique de dépendance aux hydrocarbures sur le développement du pays ont poussé l'Algérie à activer tous les leviers pour relancer son économie.

Le tourisme et son importance dans le développement socio-économique des territoires font aujourd'hui l'unanimité. C'est dans ce sens que l'Algérie a mis en œuvre ces dernières années une stratégie favorisant l'essor du secteur en se basant sur la mise en valeur des atouts touristiques des différentes régions du pays, notamment, celles prédestinées de par leur potentiel à devenir des zones d'extension touristiques.

La réflexion que nous souhaitons conduire dans cet article vise à répondre à l'interrogation suivante : quel est le rôle des collectivités locales dans la mise en tourisme de leurs territoires, notamment à travers le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique à l'horizon 2030, considéré comme le principal outil de mise en œuvre de la stratégie algérienne du développement touristique ?

Afin de pouvoir répondre à cette question, nous avons organisé ce travail en trois points : le premier point s'attachera à apporter un éclairage sur les atouts, les faiblesses et la contribution du secteur dans l'économie de l'Algérie. Le deuxième point exposera la stratégie algérienne en matière de développement touristique. Et le troisième point, analysera la place des collectivités locales dans la mise en œuvre des actions de développement touristique identifiées dans le cadre du SDAT.

1. Atouts, faiblesses et réalité du tourisme en Algérie

L'Algérie a de grandes perspectives d'avenir pour le développement du secteur du tourisme. Mais cela n'est approuvable que si celle-ci est apte à offrir un produit touristique compétitif et de qualité.

1.1. Les atouts: L'Algérie dispose de plusieurs atouts à la fois naturels, historiques, culturels et économiques.

- **Les atouts naturels :** l'Algérie est un pays vaste, diversifié et contrasté. Au nord du pays, la méditerranée s'étend sur 1200 km de cotes avec ses diverses baies, criques et plages. Au sud l'immense et majestueux Sahara. L'Algérie compte aussi 21 aires protégées et parcs naturels¹ répartis sur l'ensemble du pays, ainsi qu'un potentiel considérable de plus de 200 sources d'eaux thermo minérales réparties sur le territoire national².

- **Les atouts historiques et culturels** : plusieurs civilisations ont marquées l'histoire de l'Algérie (notamment: Romaine, Ottomane et Française), laissant un patrimoine archéologique, culturel, artisanal et gastronomique riche et varié. Notant que sept (07) sites archéologiques sont inscrits sur la liste du patrimoine matériel mondial de l'UNESCO³ et 450 biens et sites classés sur la liste du patrimoine culturel national⁴. S'ajoute à cela six (06)⁵ rituels, pratiques, savoirs, rites et savoir-faire artisanaux enregistrés comme patrimoine culturel immatériel de l'humanité.⁶
- **Les atouts économiques** : l'Algérie dispose d'importantes infrastructures routières et aéroportuaires composées d'un vaste réseau routier -l'autoroute Est-Ouest notamment-, autoroute Nord-sud, rocade ferroviaires, métro, tramway, 40 ports, 35 aéroports dont 13 internationaux, et 4.820 kms de voies ferrées.⁷ Ajoutant à cela sa proximité des principaux marchés émetteurs, l'Europe et les pays arabes notamment. Ainsi que son image de marque liée au Tourisme saharien, au plan international.⁸

Ces atouts peuvent permettre à l'Algérie d'exercer toutes les formes de tourisme: balnéaire, de randonnées, culturel, archéologique, montagnard, saharien,...etc.

1.2. Les faiblesses: En dépit des efforts consentis pour la promotion du tourisme en Algérie des lacunes et des faiblesses sont encore enregistrées dans ce secteur. Ils s'agissent essentiellement de l'incapacité de ce dernier à fournir la meilleure prestation au meilleur prix, s'ajoutent à cela:

- ❖ Le déficit en infrastructures touristiques d'accueil, d'hébergement, de restauration, de service, de loisirs et de détente.

- ❖ Le manque de professionnalisme des principaux acteurs du tourisme : offices du tourisme, les agences de voyages, les hôtels...etc.

- ❖ Le manque de professionnalisme des opérateurs du secteur de tourisme : agents d'accueil, les restaurateurs, les prestataires de services,...etc.

- ❖ La faible pénétration des moyens de paiement électronique et des technologies de télécommunication.

- ❖ L'absence d'innovation et de créativité dans l'offre touristique.

- ❖ Le manque de diversification des moyens de transport et leur cherté.

❖ L'absence de culture touristique chez les locaux.

1.3. Le tourisme en chiffres : Les indicateurs relatifs au secteur du tourisme algérien demeurent très bas. La destination Algérie ne représente que 1% de la fréquentation touristique en Méditerranée. Cela fait d'elle, le pays maghrébin dont le secteur touristique a le moins d'impact sur l'économie.

1.2.1. Le flux touristique : Les dernières statistiques officielles sur le nombre de touristes recensé aux frontières algériennes remontent à l'année 2014. Celle-ci a enregistré 2 301 373 touristes, dont 59% sont des algériens résidents à l'étranger et 41% sont des touristes étrangers c.-à-d. seulement 940 125 touristes⁹. Alors que pour la même période, le Maroc a recensé 10 millions de touristes étrangers et 6 millions pour la Tunisie.¹⁰

1.2.2. Quelques indicateurs économiques : La contribution du secteur du tourisme au PIB algérien se situe en bas du classement comparativement au Maroc et la Tunisie. Selon le rapport 2014 du Conseil mondial du tourisme et du voyage (WTTC: World Travel & Tourism Council) sur l'impact du tourisme et des voyages dans l'économie mondiale, ce secteur occupe la 111^{ème} place sur 184 pays, loin derrière la Tunisie (49^{ème}) et le Maroc (38^{ème}).¹¹ L'apport de l'industrie du tourisme au PIB algérien est estimé en 2014 selon le Ministère du tourisme et de l'artisanat à 2,4%, cette contribution timide a permis de rapporter 430 millions de dollars de recette et de générer 420 000 emplois.¹² Alors qu'au Maroc pour la même année, ce secteur a permis de rapporter 29,7 milliards de dollars de recette soit une contribution de 18,7% du PIB et a générer 1 798 000 emplois. En Tunisie, le tourisme a rapporté 2,85 milliards de dollars soit 15,2% de son PIB en 2014.

Le tableau suivant nous indique l'ensemble des indicateurs économiques relatifs à la réalité touristique en Algérie pour l'année 2014.

Tableau 1: Indicateurs économiques du tourisme en Algérie en 2014

P	Recettes (million de dollars)		No m b r e e m p l o i s	Hôtelleries	
2	Rece tt es to ur is m e ré ce pt eu r	Dép e n se s to u ri s m e é m et te u r	420 0 0 0 e m p l o i s	Nuité es	Parc h ôt el ie r
	430	490		7 05 37 44 nui tée s	9960 5 li ts r é p a rt is

					s u r 1 1 8 5 h ô t e l s
--	--	--	--	--	---

Source : Ministère du tourisme et de l’artisanat (2014), Evolution de la part du secteur du tourisme dans le PIB, <http://www.mta.gov.dz>.
 Les indicateurs de ce tableau témoignent du décalage entre les performances actuelles du secteur comparativement aux atouts touristiques inestimables de l’Algérie. La participation du tourisme dans le PIB et l’emploi demeure très faible. A cet effet, le grand défi de l’Algérie est de promouvoir la place du tourisme dans l’économie locale. Ceci est possible à condition de placer le tourisme au centre des préoccupations actuelles en le considérant comme un outil primordial au développement économique, social et culturel du pays.

2. La stratégie de l’Algérie pour le développement touristique

La place du tourisme dans les politiques algériennes depuis l’indépendance était toujours négligée malgré les discours qui lui attribuent des objectifs très ambitieux en matière de créations d’emplois et d’apport en devises.

C’est à partir des années 2000 que l’Algérie a pris conscience que le développement du secteur du tourisme n’est plus un choix mais devenu un impératif. C’est dans ce sens que la politique touristique prend une nouvelle ampleur et plusieurs outils et plans d’actions ont été mis en place en faveur du développement du secteur. Cette nouvelle politique c’est concrétisée par l’élaboration du Schéma Directeur d’Aménagement Touristique à l’horizon 2030. Ce schéma adopté par le gouvernement en 2008, constitue le cadre de référence du développement du tourisme en Algérie.

2.1. Présentation du SDAT 2030 : Le SDAT -2030- est une composante du Schéma National d’Aménagement du Territoire (SNAT 2030) dont l’élaboration a été prévue et définie par la loi 02-

01 du 12 décembre 2001 relative à l'Aménagement du Territoire et au Développement Durable. En fait, ce schéma constitue l'acte par lequel l'État affiche pour tous les acteurs et pour toutes les régions, son projet touristique territorial à l'horizon 2030. Il vise à mettre en valeur les potentialités naturelles et culturelles que possède l'Algérie et détermine l'ensemble des actions ayant pour but le développement du tourisme dans le territoire national. Le schéma s'est fixé trois étapes majeures: à court terme (2009); à moyen terme (2015); et à long terme (2030) pour atteindre les objectifs suivants ¹³:

- Valoriser le patrimoine historique, culturel et naturel tout en préservant l'environnement.
- Créer une économie alternative aux hydrocarbures.
- Contribuer à l'augmentation du PIB et à la création d'emplois.
- Créer un effet de levier sur d'autres secteurs à savoir : l'agriculture, artisanat, transports, services, commerce...etc.
- La création d'un climat propre à la mise en tourisme de la destination Algérie.
- L'émergence des projets touristiques dans les différents pôles touristiques d'excellence en respectant une démarche participative.
- Veiller à la mise en œuvre des projets dans une optique de cohérence, de faisabilité technique et économique vérifiée et de durabilité.
- S'assurer de la bonne planification et de la bonne articulation des actions dans la durée.

2.2. Les cinq dynamiques du SDAT pour la mise en tourisme de l'Algérie : Afin de faire de l'Algérie une destination touristique originale et compétitive, capable de se positionner au niveau international et nationale, cinq dynamiques ont été mises en œuvre, il s'agit de :

-**La valorisation de la destination Algérie :** Cette dynamique vise à améliorer l'attractivité de l'Algérie, d'une part, au niveau de l'offre touristique et d'autre part, au niveau du marketing touristique.¹⁴ En fait, la valorisation de la destination Algérie a pour action principale, le rapprochement des touristes à la découverte de ce pays a priori peu attractif, notamment, par l'édition des brochures touristiques, des vidéos et des prospectus et la diffusion des offres touristiques dans les sites internet et les médias.

-**La création Zones d'Expansion Touristiques (ZET):** L'Algérie a sélectionné sept pôles touristiques d'excellence (POT)

représentant 205 Zones d'Expansion Touristiques (ZET) pour être reconnus comme modèles par le marché touristique international. Ces ZET représentent un foncier touristique classé et protégé par la loi, totalisant une surface foncière de 53198 Ha et se répartissent comme suit : 160 ZET au niveau des wilayas côtières (37007 Ha), 22 au niveau des hauts plateaux (6465 Ha) et 23 ZET au niveau du sud (9728 Ha).¹⁵ Chaque zone touristique est constituée d'un ensemble de villages d'excellences dotés d'équipements, de structures d'accueil et de différentes activités de loisirs et de récréations, destinés à faire venir les touristes vers des zones attractifs.

Le développement de ces pôles est organisé autour de six segments : le balnéaire et le nautique, le tourisme d'affaires, le tourisme saharien et de randonnée, le tourisme de santé et de bien être, le tourisme culturel, ainsi que le tourisme sportif, de détente, de loisirs et écotourisme.

– **Le Plan Qualité Tourisme P.Q.T** : La qualité est l'une des principales exigences dans la majorité des destinations touristiques. C'est pour cette raison que le plan qualité tourisme c'est fixé pour objectif principal, de développer l'image de l'offre touristique nationale en s'appuyant sur la formation et l'intégration des Technologies de l'Information et de la Communication. Il concernera dans un premier temps¹⁶ : 200 hôtels classés ou à reclasser, la restauration haut de gamme, les agences de tourisme et des voyages et les principaux offices locaux de tourisme.

– **Le plan partenariat Public-Privé** : Le partenariat public privé désigne l'État et le secteur privé, qui agissent en commun pour répondre de la manière la plus efficace possible à un besoin collectif, par un partage des ressources, des risques et des bénéfices, ou chacun doit jouer son rôle. Ce partenariat est essentiel pour que le tourisme voit le jour en Algérie. Les pouvoirs publics et ses parties prenantes doivent agencer collectivement leurs actions à différente échelle. En effet, un développement durable du tourisme ne peut s'envisager sans une coopération publique-privée efficace.

– **Le plan de financement Tourisme (PFT)** : Cette dynamique vise à attirer les investisseurs nationaux et internationaux. Les objectifs du plan de financement sont nombreux, il s'agit notamment de:¹⁷

- 1) L'accompagnement de la petite et moyenne entreprise touristique.

- 2) Veiller à éviter l'arrêt et l'enlisement des projets touristiques, ainsi attirer et sécuriser les grands investisseurs nationaux et étrangers.
- 3) L'encouragement de l'investissement dans le secteur touristique par le recours aux incitations fiscales et financières.
- 4) La facilitation et l'adaptation du financement bancaire des activités touristiques.

2.3. Les réalisations du SDAT à moyen terme 2008-2015 :

L'activité du secteur à moyen terme fait apparaître les résultats suivants :

- La préservation du foncier à travers l'élaboration d'une étude de bilan foncier et cadastral des plates-formes touristiques.¹⁸
- Une nette progression des arrivées internationales des touristes passant de près de 1,8 millions en 2008 à 2,7 en 2014.¹⁹
- L'agrément par le ministère depuis 2008, de 990 projets d'une capacité de 123 484 lits.²⁰
- Le lancement en réalisation de 450 projets d'une capacité de 61 980 nouveaux lits générant la création de plus de 27.000 emplois.
- La nette évolution de la population active du tourisme dans la branche d'activité «hôtels, cafés et restaurants», passant de 320.000 en 2008 à près de 500.000 à fin 2013.

Ces résultats montrent des réalisations assez modestes comparativement aux programmes très ambitieux du SNAT et du SDAT 2030. Notons que le bilan prévisionnel du SDAT dans son mauvais scénario prévoit six millions de touristes à l'horizon 2030, ainsi que la réalisation de 635 projets d'une capacité de 100000 lits. Alors que le scénario optimiste triple ces résultats²¹.

3. Collectivités locales et développement touristique

Tourisme et développement local sont mutuellement nourriciers. Le tourisme est un moteur de développement local grâce à ses exigences de qualité, de développement d'infrastructures et de préservation du patrimoine. Et le développement local peut permettre le désenclavement des territoires isolés en améliorant les moyens de transport, de communication et de condition de vie de manière générale, éléments nécessaires à la promotion du tourisme. Ainsi le soutien du tourisme permet de satisfaire les exigences des touristes mais aussi de répondre aux demandes de la population locale, le tourisme est donc porteur de développement local.

Le principe du développement local est de permettre aux territoires de se prendre en charge d'eux mêmes en valorisant les ressources locales par la mobilisation et la participation des acteurs locaux à l'élaboration de plans de développement en accord avec les grandes orientations du pays. Il comporte deux composantes essentielles, qui sont:²²

- Les structures décentralisées de gestion et de financement: c'est-à-dire les collectivités territoriales, qui en tant que lieu de concentration et d'arbitrage favorisent la dynamique économique;
- et la Gouvernance locale: qui est définie comme l'ensemble des interactions entre les acteurs d'une communauté locale (le secteur public, le secteur privé et la société civile) orientées vers la définition d'un projet global commun et de projets spécifiques de développement des collectivités.

La prise en compte de ces deux composantes est non seulement nécessaire, mais absolument fondamentale à tout processus de développement local, touristique notamment.

3.1. Le rôle des collectivités locales dans le développement territorial et touristique : Les collectivités locales sont représentées en Algérie par la Commune et la Wilaya. La commune étant la collectivité territoriale politique, administrative, économique, sociale et culturelle de base de l'Etat, elle est l'assise territoriale de la décentralisation²³.

Les collectivités locales, commune et wilaya concourt avec l'Etat à l'administration et à l'aménagement du territoire, au développement économique, social et culturel, à la protection de l'environnement, ainsi qu'à la protection, la promotion et l'amélioration du cadre de vie des citoyens. Les collectivités locales sont donc les principaux acteurs de mise en œuvre au plan régional et local de la politique de l'état en matière de développement.

En matière de tourisme, les collectivités locales, jouent un rôle très important dans la mise en œuvre des plans d'action des projets territoriaux de promotion du tourisme. Les collectivités locales, communes notamment, du fait de leur proximité des problèmes de leur territoire et de par leur connaissance parfaite des ressources et des potentialités locales, participent activement à travers des initiatives propres et des actions conjointes avec l'Etat, la société civile et les opérateurs du secteur privé à la réalisation de ces projet. Les

communes sont l'acteur de base du tourisme territorial, puisqu'elles interviennent également sur l'aménagement de leur territoire, notamment grâce à des outils de planification et de gestion urbaine (plans locaux d'urbanisme, permis de construire, création de zones d'aménagement), elles sont également l'interlocuteur premier des acteurs économiques intégrées dans la vie locale à travers les entreprises touristiques. En effet, ce sont les collectivités locales qui prennent en charge la réalisation des actions en relation directe et indirecte avec le développement du tourisme, à savoir.²⁴

- Contribuer au développement, à la préservation et à l'entretien des infrastructures de proximité destinées aux loisirs, aux arts et l'animation culturelle.
- Favoriser l'extension de son potentiel touristique et encourager les opérateurs concernés par son exploitation.
- Favoriser les actions d'apprentissage et la création d'emplois.
- L'aménagement du territoire et la protection des paysages.
- La mise à la disposition du tourisme les infrastructures de transport et mode de déplacement : aéroports, routes, gares, ports, autocars, train, taxi,...).
- L'organisation des services publics : éclairage, eau, énergies, hygiène publique.
- Promotion de la qualité du cadre de vie et de l'environnement : traitement des espaces publics, paysagement, fleurissement, verdissement.
- L'entretien de « l'image de marque » du pays : gestion des musées, des monuments historiques, les actions de communication.
- Veiller à l'ordre public et à la sécurité.

3.2. Place des collectivités territoriales dans le SDAT 2025 :

Dans sa politique de mise en tourisme du pays, l'Etat fait référence aux collectivités locales dans la quatrième dynamique du SDAT, à savoir le Plan Partenariat Public-Privé. Ce plan considère que les collectivités locales ont un rôle indispensable dans l'articulation et la cohérence de la chaîne touristique, parce que le produit touristique est une résultante de plusieurs facteurs et opérateurs qui interviennent tous pour réussir un produit de qualité et pour structurer l'offre (transport, accueil, hébergement, environnement, cadre de vie, ...). En effet, l'articulation de la chaîne touristique nécessite de créer un partenariat entre les différents opérateurs de production et de

distribution des produits touristiques et de mettre en relation les promoteurs, développeurs, investisseurs avec les financiers pour assurer des montages de projets viables et rentables.

Dans le cadre de ce plan, les collectivités locales doivent veiller à:²⁵

- Assurer l'attractivité des différentes structures d'accueil à l'entrée du territoire national: ambassades, consulats, aéroports, aérodromes, postes frontaliers, ports, gares,...etc.
- L'amélioration des services de base dans les sites touristiques : hygiène, eau, assainissement, énergie, TICS,...etc.
- L'accessibilité rapide aux plates-formes touristiques et aux villages touristiques d'excellence.
- Préservation de l'environnement et du patrimoine naturel.
- Favoriser une prestation rapide et de qualité.
- L'amélioration de la qualité par la formation continue.
- La promotion du tourisme à travers des initiatives propres et novatrices en matière de financement, d'investissement et d'exploitation touristique dans les domaines de transport et de l'hébergement.

Les actions de développement touristique doivent être assurées au niveau local par deux structures: le Conseil de wilaya de développement touristique et la Direction du Tourisme de la wilaya alors que le rôle de conseil, d'accueil et d'information sur l'offre et les services touristique doivent être assurés par l'Office Local du Tourisme²⁶.

- **Le Conseil de wilaya de développement touristique** : c'est un espace consultatif de discussion et de réflexion sur la réalisation de l'articulation de la chaîne touristique. Il est présidé par le wali et est animé par le directeur du tourisme de chaque wilaya. Il réunit les professionnels du tourisme (hôteliers, prestataires de services, agences de voyages, chambres de commerces), ainsi que les principaux acteurs concernés par l'aménagement et le développement du tourisme au niveau de wilaya (les directions des travaux publics, de l'énergie, de télécommunication, de la culture et les institutions ad hoc Sonelgaz, Algérienne des eaux, de l'assainissement).

- **La Direction du Tourisme de la wilaya** : c'est une structure de coordination et de décision, elle est considérée comme le principal intermédiaire entre l'Etat et les acteurs locaux. Elle est chargée essentiellement de la mise en œuvre du plan qualité (PQT) et de la promotion de l'investissement touristique.

3.3. Les défis du développement touristique local : Les collectivités locales doivent faire face à plusieurs défis pour la mise en tourisme de leurs territoires, ces défis sont liés essentiellement aux points suivants :²⁷

- La difficulté de passer du stade théorique à la mise en œuvre de la politique de développement touristique.
- L'absence d'initiatives locales dû à la politique « centralisatrice-redistributive » de l'Etat dont le tourisme est réduit à une simple disponibilité d'équipement matériel, d'hébergement notamment, sans démarche claire et sans l'implication des principaux acteurs locaux.
- Une interaction insuffisante et non coordonnée entre les différents acteurs concernés par l'exécution des programmes de développement territoriaux, ce qui engendre une redondance des projets, absence de base de données exploitable par tous les acteurs, absence de démarche commune pour les programmes de renforcement des capacités touristiques du territoire.
- La prédominance d'un climat de méfiance entre les différents acteurs ce qui compromet tout effort de développement local participatif.
- Les spécificités géographiques des territoires ainsi que les contraintes d'ordre infrastructurel qui les rendent peu favorables à la promotion touristique.
- Les atteintes à l'image de marque des territoires : saleté et ordures ménagères partout dans la nature, constructions inachevées et non conforme, déforestation et l'urbanisme commercial ravageur, conflits d'usage des ressources et des espaces.
- La contrainte de financement des projets et des programmes et la complexité des procédures et mécanismes mis en place ce qui se traduit d'ailleurs par un gaspillage ou une sous-utilisation des budgets alloués.
- L'absence de démarche de certification et de labellisation des produits touristiques territoriaux.

Conclusion :

Le développement touristique, fait moins appel à l'entité centrale qui met en place la politique générale du développement du pays qu'aux collectivités territoriales qui sont l'outil de traduction et de mise en œuvre de cette politique à l'échelle locale. En effet, toute démarche de développement local a pour point de départ le diagnostic des forces et des faiblesses du territoire afin de proposer des actions à moyen et à

long terme plus adaptées aux besoins d'investissement et plus prioritaires (projets, propositions, solutions techniques,...) et en conformité avec les potentialités territoriales. Ces actions auront l'avantage d'être conçue sur mesure et réalisées conjointement et consensuellement par les partenaires locaux (élus, socioprofessionnels, associations, administrations...) qui veilleront à la fois à les faire émerger, les financer et les manager au profit d'une dynamique territoriale avantageuse et durable.

C'est à travers leur rôle d'accompagnement et d'encouragement ainsi que leur engagement effectif dans l'élaboration et la réalisation des différentes actions de développement territorial, que les collectivités locales contribuent dans la mise en tourisme de l'Algérie, qui s'est lancée ces dernières années dans la recherche de leviers pour relancer l'économie nationale qui est en perte de vitesse depuis la chute accélérée des prix du pétrole.

Au terme de cet article et en guise de conclusion nous considérons que les collectivités locales ont aussi pour rôle de:

- Réaliser des études pluridisciplinaires et exhaustives sur les opportunités et créneaux d'affaires en région et de les mettre à disposition des partenaires locaux, PME et associations professionnelles notamment.

- Assurer la durabilité des retombées économiques des projets territoriaux de développement touristique en optant pour les initiatives productives porteuses de rentabilité et de valeur ajoutée bénéfiques localement.

- Recenser et valoriser les activités territoriales artisanales et touristiques existantes et ce en collaboration avec les différents acteurs de la société civile. Ces activités une fois développées, contribuent à la création de postes d'emploi et à l'animation et la promotion touristique.

- Assurer des formations pluridisciplinaires, pas systématiquement qualifiantes, mais conçues sur mesure pour accompagner la réalisation des projets.

- Capitaliser les savoirs, savoir-faire et les qualifications professionnelles locales pour la réalisation et la mise en œuvre des projets de développement local.

- créer des lieux d'accueil destinés à faire connaître les principaux atouts touristiques aux locaux et aux visiteurs et à les orienter.

- Capitaliser les bonnes pratiques d'insertion des porteurs de projets dans le circuit productif local ainsi que l'autonomisation des femmes artisanes.
- adopter les moyens de paiement électroniques dans les structures d'accueil et d'hébergement des touristes étrangers et l'ouverture des bureaux de change.
- Veiller à l'entretien et la sécurisation permanente des sites naturels et historiques.
- Cadrer et réglementer les activités touristiques saisonnières clandestines (d'accompagnement notamment).
- Revaloriser le patrimoine immatériel de la région en organisant des journées dédiées au patrimoine, la célébration des pratiques locales relatives aux fêtes religieuses et culturelles et l'organisation d'exposition.

Références bibliographiques :

- ¹ . Il s'agit du : parc du Tassili N'Ajjer (Illizi) et de l'Ahaggar (Tamanrasset), d'El Kala (El Tarf), de Gouraya (Béjaïa), de Taza (Jijel), de Théniet El Had (Tissemsilt), de Chréa (Blida, Médéa et Ain Defla) et du Djurdjura (Bouira et Tizi-Ouzou). Ce dernier est inscrit comme réserve de biosphère par l'UNESCO.
- ² . Office Nationale de Tourisme (ONT), Lien internet : www.ont.dz/index.
- ³ . Il s'agit de : kalaa de Beni Hammad de Msila (1980), Djemila de Sétif (1982), Timgad de Batna (1982), Mausolée Royal de Mauritanie (1982), la vallée du m'Zab de Ghardaïa (1982), tassili n'Ajjer de Illizi Tamanrasset (1982), la Casbah d'Alger (1992).
- ⁴ . Ministère de la culture, (2007), « Schéma directeur des zones archéologiques et historiques », Rapport final, Algérie, P15.
- ⁵ . <http://www.unesco.org>
- ⁶ . Il s'agit de : Le sbuâ -pèlerinage annuel à la zawiya Sidi El Hadj Belkacem - de Gourara (2015), Le rituel et les cérémonies de la Sebeïba dans l'oasis de Djanet (2014), Le pèlerinage annuel au mausolée de Sidi 'Abd el-Qader Ben Mohammed dit « Sidi Cheikh » (2013), Les pratiques et savoirs liés à l'imzad des communautés touarègues (2013), Les rites et les savoir-faire artisanaux associés à la tradition du costume nuptial de Tlemcen (2012), L'Ahellil du Gourara (2008).
- ⁷ . BENHASSIR S et autres, (2007), **Guide de l'Algérie touristique**, Edition Touring Club d'Algérie, Algérie, P: 12.
- ⁸ . HAMDI PACHA A. (2016), « Le patrimoine culturel urbain comme atout à valoriser et des potentialités touristiques à favoriser –cas du vieux centre de la ville de Tébessa », mémoire de Magistère, Institut de gestion des techniques urbaines, Université d'Oum El Bouaghi.
- ⁹ . Ministère du tourisme et de l'artisanat, (2014), "Synthèse des flux touristique en Algérie-année 2014, Lien internet : <http://www.mta.gov.dz>.
- ¹⁰ . SADEK A. « Tourisme : l'Algérie loin derrière la Tunisie et le Maroc », Algérie patriotique, Lien internet : www.algeriepatriotique.com
- ¹¹ . World Travel & Tourism Council, 2014, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2014.pdf

- ¹². Ministère du tourisme et de l'artisanat Algérien, (2014), évolution de la part de secteur de tourisme dans le PIB, Lien internet : http://www.mta.gov.dz/site_relooke/fichiers/stat/PIB%202011.pdf.
- ¹³. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, (2008), **Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 1, le diagnostic : audit du tourisme algérien**, P :22.
- ¹⁴. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, (2008), **Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 2, Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Algérie, P : 26.
- ¹⁵. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, Lien internet : <http://www.matta.gov.dz/index.php/fr/2015-07-11-12-49-09/investissement-touristique>.
- ¹⁶. IBID, P :49.
- ¹⁷. Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), (2012), « guide pratique : investir dans le tourisme, » ANDT, Algérie, P :05.
- ¹⁸. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, (2008), **Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 5 : Les projets prioritaires touristiques**. Algérie, P :05.
- ¹⁸. IBID, P :07.
- ¹⁹. Ministère de l'Aménagement du Territoire, du Tourisme et de l'Artisanat, Politique gouvernementale dans le domaine de l'Aménagement du territoire, du tourisme et de l'artisanat, septembre 2015. Lien internet : <http://www.premier-ministre.gov.dz/ressources/front/files/pdf/politiques/tourisme-et-artisanat-pdf.pdf>
- ²⁰ Idem.
- ²¹. Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, (2008), **Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 2, Le plan stratégique : les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires**, Algérie.
- ²². Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Direction Générale de la Veille Stratégique, des Etudes Economiques et des Statistiques, Rapport n°1 sur le développement local : concepts, Stratégies et Benchmarking, Série politique économique et développement, septembre 2011, P : 12.
- ²³. Secrétariat général du Gouvernement Algérien, Présidence de la république, « Code des collectivités territoriales », 2012. Lien internet : <http://www.joradp.dz/TRV/FCollectivite%C3%A9s%20Territoriales.pdf>
- ²⁴. Plusieurs sources :
- Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), (2012), P : 51.
 - Code des collectivités territoriales (2012). Op-cit.
- ²⁵. Agence Nationale de Développement du Tourisme (ANDT), (2012), P : 52.
- ²⁶ Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, (2008), **Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 4 : La mise en œuvre du SDAT 2025 : Le plan opérationnel**, Algérie, P :54.
- ²⁷ Plusieurs sources :
- Koudri. A., Economie d'entreprise, Ed. Distribution, Alger, 1999, p.19.
 - Oularbi A. et Zeghiche A., Contraintes et enjeux du développement touristique dans les montagnes du nord de l'Algérie, Revue El-Tawassol : Sciences Humaines et Sociales N°47, Septembre 2016, PP : 252-253.
 - Salhi Z., Produits de terroir et développement local en Algérie : Cas des zones rurales de montagnes et de piémonts, Options méditerranéennes, Série A (Séminaires Méditerranéens) n°89, 2009. Lien internet : [CIHEAM_ressources.ciheam.org/om/pdf/a89/00801099.pdf](http://ciheam.ressources.ciheam.org/om/pdf/a89/00801099.pdf)