

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

Aoudia Kahina*¹, Radjef Nacera²

1. Centre universitaire de Tipaza – Algérie, ka.aoudia@gmail.com
2. Centre universitaire de Tipaza – Algérie, radjefnacera@gmail.com

date de réception: 21 septembre 2020 date d'acceptation :18 novembre 2020 date de publication:decembre 2020

Résumé :

En dépit de la jouissance de l'Algérie de vastes ressources naturelles, de grands sites archéologiques et un riche patrimoine culturel, cela n'a pas suffi pour rendre l'Algérie une destination touristique mondialement connue, comme c'est le cas pour la Tunisie et le Maroc, du fait que l'Algérie a négligé l'industrie du tourisme dans sa stratégie de développement, ce qui a produit des déficits importants dans les structures d'hébergement, de réception, et du transport.

Ainsi, l'objectif de cet article est de montrer que l'Algérie doit œuvrer au développement de ce secteur vital en investissant dans les infrastructures, qui sont à la base du développement de l'industrie touristique algérienne.

Afin de réaliser ce travail, nous avons analysé les données relatives à ce sujet, et nous avons montré les insuffisances et proposé quelques suggestions nécessaires pour le développement du tourisme en Algérie.

Mots-clés: Industrie touristique, infrastructure, hôtellerie, transport, développement touristique.

Classification JEL : L83, H54.

Abstract:

Despite the enjoyment of Algeria vast natural resources, important archaeological sites and a rich cultural heritage, this has not been sufficient to make Algeria worldwide tourist destination, like Tunisia and Morocco, from the fact that Algeria has neglected tourism industry in its development strategy, which resulted important deficits in tourist accommodation, reception and transport.

Thus, the aim of this paper is to illustrate that Algeria should work on developing of this vital sector by investing in infrastructures, which are basis of the tourism industry development in Algeria.

To achieve this, we have analyzed the data relating to this topic, and we have demonstrated the deficiencies and proposed some suggestions that are necessary to develop tourism in Algeria.

Keywords: Tourism industry, infrastructure, hotel, transport, tourism development.

1. Introduction

Le tourisme occupe une place importante sur le marché mondial. C'est l'une des principales activités économiques mondiales. En effet, la tendance de voyage a fait de l'industrie touristique une source importante d'emplois et de devises. De nouvelles destinations touristiques ont fait leur apparition grâce au développement économique, de la hausse du pouvoir d'achat et de l'augmentation du temps consacré aux loisirs.

Selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, le tourisme défini par la demande est l'ensemble des « activités déployées par les personnes au cours

* Aoudia Kahina, ka.aoudia@gmail.com

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs ».

Secteur d'activités transversales, le tourisme a des prolongements aussi bien dans l'agriculture, le BTP, l'artisanat, que le commerce ou les services en général (transports terrestres, maritimes et aériens, banques, communications). Selon l'OMT il se situe à la troisième place dans le classement des « grands » secteurs du commerce mondial. Son chiffre d'affaires n'est précédé que par ceux des industries de pétrole et de l'automobile (BOUDJANI Malika, 2014).

Toutes les données statistiques observées dans le domaine du tourisme en Algérie montrent clairement que l'Algérie n'a pu enregistrer que des résultats économiques médiocres freinant d'autant l'attractivité des investissements nationaux et étrangers dans le secteur. Le pays est vaste, les sites innombrables, la côte interminable mais les places d'hôtels vacantes sont inexistantes ou infimes au regard des besoins exprimés ou latents et souvent les estivants sont confrontés aux tarifs dissuasifs et rédhibitoires de la nuitée à 10000 DA et plus.

La situation du tourisme en Algérie exprime une volonté et une forte capacité pour développer cette industrie. L'émergence et le développement d'infrastructures est indispensable pour dynamiser le tourisme. Pour que les gens viennent visiter un pays, il faut proposer des services comme un logement, des activités de loisirs, des commerces de proximité ou des boutiques de produits régionaux. Selon les études, il est montré que les touristes visitent avant tout une région dont les infrastructures permettent un séjour confortable.

Objet de l'étude :

L'objet de cette étude est de montrer la nécessité de développer les infrastructures touristiques afin de promouvoir le tourisme en Algérie.

Problématique de l'étude :

Nous avons essayé de répondre à la question suivante :

En quoi consiste l'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie?

Structure de l'article : Nous avons structuré notre article comme suit :

- Le tourisme international ;
- L'offre touristique et les dotations factorielles ;
- Le tourisme en Algérie ;
- La nécessité de développer les infrastructures touristiques en Algérie.

2. Le tourisme international

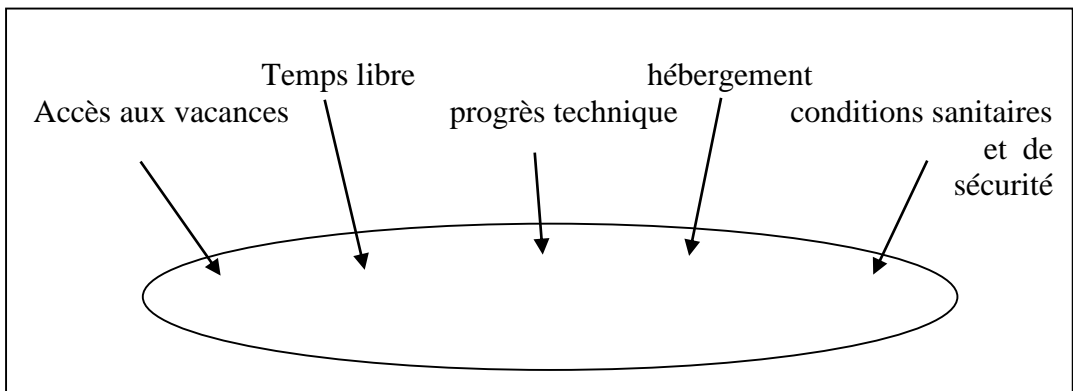
Dans le monde entier, le tourisme est un moteur économique important de la croissance et du développement national et local. Depuis 2009, les observateurs économiques constatent à l'échelle mondiale une croissance plus forte des dépenses touristiques que le PIB.

Selon le Baromètre OMT du tourisme mondial, les arrivées de touristes internationaux ont bondi d'un remarquable 7% pour atteindre un total de 1,322 milliard, et ce en 2017 (OMT, 2018).

Destinations méditerranéennes en tête, l'Europe affiche d'excellents résultats pour une région aussi vaste et assez mûre, avec 8% d'arrivées internationales de plus qu'en 2016. L'Afrique, en progression de 8%, a consolidé son rebond de 2016. La région Asie-Pacifique a avancé de 6%, le Moyen-Orient de 5% et les Amériques de 3%.

L'un des phénomènes les plus étonnants de ces quarante dernières années est donc, l'essor du tourisme de masse. La deuxième moitié du XXe siècle marque l'accession au tourisme par une grande partie de la société. Les flux touristiques ne cessent de croître. Ce dernier évoluant avec l'accroissement de richesse et de consommation d'une part et la réduction de la durée hebdomadaire du travail, l'extension de la durée des congés payés accroît le temps libre d'une autre part. Ainsi l'élévation du niveau de vie et la hausse du pouvoir d'achat ont permis d'intégrer les dépenses de loisir dans la consommation des ménages qui par la suite deviennent un besoin nécessaire dans la vie de toutes les personnes. L'urbanisation croissante entraîne aussi un essor du désir d'évasion en raison des contraintes spécifiques de la ville.

Figure 1 : Le bouquet des facteurs favorables au tourisme



Source : Jean-Pierre Lozato-Giotart, 2003, P 15.

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

Ces facteurs ont facilité l'accès au tourisme à toutes les catégories sociales. Ce qui s'est traduit par le passage d'un tourisme d'élite à un tourisme de masse. En quoi consiste donc, l'offre touristique qui attire autant d'adeptes ?

3. L'offre touristique et les dotations factorielles

3.1. L'offre touristique

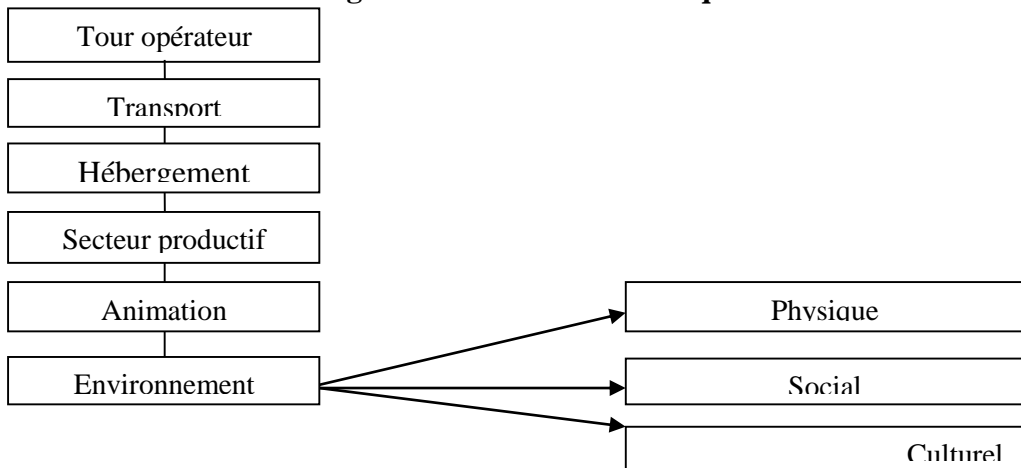
L'offre touristique peut être définie comme l'ensemble des services et des biens finals proposés par le secteur touristique aux consommateurs à un prix donné pour satisfaire leurs besoins. Elle se mesure en termes de capacité d'équipement, d'hébergement et de transport touristiques. Leurs importances, leur qualité, leur adaptation à la demande conditionnent la formation et la croissance des flux touristiques.

3.1.1. La chaîne touristique

Le produit touristique est constitué d'un ensemble d'activités. C'est un panier composé de plusieurs produits et services de nature et composition différente, et possédant des caractéristiques spéciales. Il s'agit d'un produit composite offrant un ensemble de biens matériels (hôtel, produits artisanaux...) et des prestations de services de ressources naturelles (paysage, plage, faune et flore...) de ressources socioculturelles (musées...) et de ressources technologiques (usine, centrales nucléaires...) et de relations humaines, de même importance.

Henri Aimé Pastel a présenté le concept de la « **Chaîne touristique** » de la façon suivante:

Figure 2: La chaîne touristique



Source : Joël Raboteur, 2000, Page 33.

3.1.1.1. Les entreprises et acteurs du tourisme

Le tourisme vit et se développe grâce à une multitude d'acteurs et d'entreprises, connues, ou non du grand public. En effet, ils ont pour but d'informer, d'aider, de conseiller et d'assister le touriste dans la préparation et dans le déroulement de son voyage et de son séjour.

- **Les tours opérateurs (TO) :** Les voyagistes ou tours opérateurs, ce sont des fabricants de produits touristiques finis et organisateurs des voyages. Ils achètent des prestations à prix net avec lesquels ils composent des voyages et des séjours à forfait qu'ils revendent eux mêmes s'ils sont aussi détaillants par leurs bureaux, ou qu'ils font revendre par l'intermédiaire d'un réseau d'agence de voyages détaillants.
- **Les agences de voyages :** Les agences de voyages sont des entreprises commerciales, intermédiaires qui assurent la distribution (Guibilato-Gérard, 1983) des produits élaborés par les voyagistes (TO) ou les prestataires des services touristiques et des loisirs.
- **Les représentants et les correspondants du tourisme :** Chaque office national du tourisme d'un pays est représenté à l'étranger par des correspondants qui se trouvent dans les grandes villes des principaux pays émetteurs. Ils ont pour rôle d'assurer une bonne promotion du pays à travers des campagnes visant à attirer des touristes vers leurs pays ou tout simplement pour les orienter par le biais des conseils et informations vers une région touristique précise avant leur départ.
- **L'organisation mondiale du tourisme (OMT):** «L'objectif fondamental de l'organisation mondiale du tourisme est de promouvoir et de développer le tourisme en vue de contribuer à l'expansion économique, à la compréhension internationale, à la paix, à la prospérité ainsi qu'au respect universel et à l'observation des droits et des libertés humaines fondamentales sans distinction de race, de sexe, de langue et de région ». Article 3 (statuts de l'OMT).

3.1.1.2. Les différentes catégories de services touristiques

Un lieu ne peut devenir touristique que s'il est relativement accessible et si les touristes peuvent y loger. En ce sens, transport, hébergement et autres services sont les supports de l'inscription spatiale du tourisme à travers le monde.

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

- **Le transport** : Les progrès des moyens de transport et l'accroissement des réseaux de circulations jouent un rôle important dans l'élargissement de l'espace touristique et la diffusion du tourisme à travers le monde. Il existe une forte corrélation entre le nombre de déplacements dans le monde et l'explosion du tourisme.
- **L'hébergement** : L'augmentation de la capacité d'accueil d'un pays et la diversification des moyens d'hébergement est une des conditions du développement du tourisme. Les structures de l'hébergement varient beaucoup d'un pays à l'autre selon l'ancienneté du tourisme, le niveau de développement et les traditions nationales. Le secteur des hébergements constitue l'une des bases essentielles de l'industrie du tourisme, « c'est le moteur de l'investissement touristique » (Barma, 1999, P33).
- **La restauration** : Les prestations assurées par les restaurants reposent sur un contact direct avec le client, une production du service sur les lieux correspondant au moment de la consommation et une participation de la clientèle en raison du caractère immatériel du service.
- **Les services financiers (banques et assurances)**
 - a. **Les banques et les bureaux de postes** : Se sont des institutions financières qui doivent être présentes afin de faciliter le séjour du client dans sa destination, par les services suivants : le changement d'argent, le transfert d'argent, et le distributeur automatique de billets (DAB) internationaux.
 - b. **Les assurances** : Une assurance est un service qui fournit une prestation lors de la survenance d'un risque.
- **Conseils et assistants en voyage**: Elle consiste à avoir les informations nécessaires sur la destination choisie (devise locale, décalage horaire, langue parlée, culture, tradition....)
- **Le guidage** : C'est par rapport à la prestation du guide que le touriste apprécie le produit touristique offert, c'est à travers lui que passera la réussite ou l'échec de tout le processus.
- **L'animation** : Il s'agit d'un ensemble d'activité permettant aux touristes de se détendre, de se divertir, et de s'épanouir.

3.2. Les dotations factorielles

Les dotations touristiques constituent une des conditions de base essentielles au développement de la demande touristique. Elles sont déterminées par l'importance des ressources dont dispose un pays pour

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

assurer la production de l'ensemble des services de tourisme international. L'abondance relative de ces ressources naturelles, historiques, culturelles et humaine va avoir une influence décisive pour expliquer les caractères attractifs d'un pays.

Les touristes cherchent dans leurs destinations les beaux paysages, les endroits historiques et culturels. Cette offre ne peut pas être réalisée sans des ressources humaines qualifiées et un capital riche et des infrastructures touristiques développées.

François Vellas a proposé quatre catégories principales des dotations factorielles du tourisme :

- Les ressources naturelles ;
- Les ressources artistiques, culturelles et du patrimoine historique ;
- Les ressources en capital et en infrastructures touristiques ;
- Les ressources humaines en travail et en qualification.

Le célèbre guide touristique « **le Petit Futé** » dresse une situation déplorable sur la qualité des infrastructures touristiques et sur les conditions d'accueil en Algérie. Des monuments dégradés et des conditions d'hébergement

loin des normes internationales.

Le point suivant traitera de la situation du tourisme en Algérie.

4. Le tourisme en Algérie :

L'Algérie est un pays vaste et de contrastes. Un beau pays qui se dessine sous une multitude de formes et de reliefs : mer, montagne, désert.... C'est un pays aux quatre saisons au quotidien. Son relief est composé d'un ensemble de chaînes côtières du Tell, une suite de plateaux et hautes plaines, une bande montagneuse, Atlas Tellien et Saharien et la région du Sahara avec ses massifs montagneux d'une beauté exceptionnelle. Bien entendu, du nord au sud la carte de l'Algérie se dessine en séquences de reliefs distincts. Au nord, le front de mer s'étire sur 1200 Km de côtes bordées par la méditerranée, avec de jolies plages sablonneuses, plusieurs stations balnéaires et des plages d'exception.

Les grandes villes algériennes regorgent de trésors historiques, culturels mais aussi de traditions. C'est le cas des villes d'Alger, d'Oran, de Constantine mais aussi de Tlemcen, Djamilia, Timgad, Tipaza ou encore de Tamanrasset. L'Algérie est une terre d'art, d'histoire et de civilisation. C'est un véritable

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

carrefour de rencontre entre les cultures méditerranéenne, musulmane, berbère, africaine et occidentale.

Néanmoins, l'Algérie se retrouve à la 118^{ème} place sur un total de 136 pays au classement mondial du rapport du World Economic Forum (WEF) concernant la «[compétitivité touristique](#)».

Selon le rapport annuel du Réseau euro méditerranéen des Agences de promotion de l'investissement autour de « la branche du tourisme dans les pays méditerranéens », les faiblesses du tourisme en Algérie s'expliquent par la faiblesse des services et l'absence de professionnalisme, les modestes capacités d'hébergement et l'image de la situation algérienne au plan sécuritaire et le non parachèvement des réformes ont négativement affecté la destination Algérienne

Une négligence mélangée à un manque de savoir-faire a été adoptée vis-à-vis du secteur touristique en Algérie.

Afin de montrer le manque d'infrastructures dans le secteur du tourisme nous avons établi les tableaux suivants :

Tableau 1 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par catégorie

Catégorie de classement	2014		2015	
	Nombre	Nombre de places lits	Nombre	Nombre de places lits
Hôtel (*****)	8	4242	8	4242
Hôtel (****)	6	1800	6	1800
Hôtel (***)	39	5829	39	5829
Hôtel (**)	46	4605	46	4605
Hôtel (*)	149	10639	158	11295
Hôtel (sans*)	156	8406	160	8533
Résidence touristique (**)	02	384	02	384
Résidence touristique (*)	01	313	01	313
Motel / relais (**)	02	93	02	93
Motel / relais (*)	01	30	01	30
Auberge (**)	01	16	01	16
Auberge (*)	01	20	01	20
Village de vacances (***)	01	274	01	274
Meublé du tourisme « catégorie unique »	05	91	05	91

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

Pensions « catégorie unique »	10	426	10	426
Gîte d'Etape « catégorie unique »	06	170	06	170
En cours de classement	555	52886	552	54742
Autres structures destinées à l'hôtellerie	196	9381	196	9381
Total général	1185	99605	1195	102244

Source : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC - 2015 - Francais .pdf>, consulté le 17/05/2019 à 11H, P53.

Tableau 2 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par vocation

	2014		2015	
	Nbre d'hôtels & établiss. assimilés	Nbre de places lits	Nbre d'hôtels & établiss. assimilés	Nbre de places lits
Urbaine	872	61012	870	62479
Balnéaire	209	27962	230	30380
Saharienne	60	4547	55	3636
Thermale	26	4259	21	3866
Climatique	18	1825	19	1883
Total	1185	99605	1195	102244

Source : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC - 2015 - Francais .pdf>, consulté le 17/05/2019 à 11H, P54.

Tableau 3 : Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par vocation

	2011	2012	2013	2014	2015
Résidents	5484105	5703550	5926960	6215932	6307411
Non résidents	845367	936631	994274	837812	839161
Total	6329472	6640181	6921234	7053744	7146572

Source : <http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC - 2015 - Francais .pdf>, consulté le 17/05/2019 à 11H, P54.

5. La nécessité de développer les infrastructures touristiques

Situé en Afrique du nord, l'Algérie est classé le premier pays le plus vaste du continent africain et le 11^{ème} pays le plus grand au monde avec une superficie estimée à plus de deux millions kilomètres carrés.

Le cabinet d'expertise Oxford Business Group (OBG) estime que «L'Algérie accuse un retard important dans ses infrastructures touristiques engendré par les années de négligence, et la route est longue pour rattraper ses voisins maghrébins et devenir une destination de choix ».

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

La faible capacité hôtelière constitue depuis longtemps un obstacle majeur au développement du secteur. Selon les estimations publiées dans le rapport « compétitivité dans le secteur du tourisme et des voyages 2017 » du Forum Economique Mondial, l'Algérie compterait 0,1 chambre d'hôtel pour 100 habitants, se classant dans cette catégorie à la 111^{ème} place sur 136 pays.

Concernant l'hôtellerie, le Petit Futé a signalé que : « La capitale est assez bien pourvue en hôtels mais l'offre proprement touristique est assez restreinte pour une capitale. Le standing ne correspond pas au nombre d'étoiles affichées et les prétentions sont assez élevées au vu de la qualité des services proposés ».

Aussi, le problème de toilettes publiques se pose avec acuité dans les villes algériennes, notamment les grandes agglomérations. Les boulevards principaux de la capitale ne disposent pas de « petits coins » pour satisfaire un besoin naturel. Des cités construites sans qu'il soit réservé un espace de choix pour les infrastructures de ce genre.

Les infrastructures touristiques – aéroports, gares ferroviaires, gares routières, hôtels, chambre d'hôtes, restaurants, cafés, musées, commerces, etc.- sont le critère le plus important pour la croissance et la performance du tourisme. Dans la plupart des destinations, une infime proportion des sommes totales dépensées par les touristes, le sont sur le site du patrimoine. L'essentiel de ces dépenses est consacré aux transports, à l'hébergement, à la restauration et aux rafraîchissements, au commerce de détail et aux activités de loisirs. Les gestionnaires du patrimoine n'ont généralement pas à se préoccuper d'analyser le marché du tourisme, mais pour tirer le maximum de bénéfices économiques des visiteurs ils doivent développer des produits, des services ou des partenariats qui dégageront davantage de valeur financière. Ce surcroît de recettes contribuera à son tour à la gestion et la viabilité du site.

Les sites qui n'ont que peu, voire pas du tout d'infrastructures hôtelières peuvent développer un système de chambre d'hôte qui permet d'une part aux visiteurs d'être hébergés chez l'habitant et d'autre part à la communauté hôte de recueillir une plus grande part des dépenses des touristes.

Le chiffre est décevant vu les énormes potentialités du secteur du tourisme en Algérie. Cela démontre un manque dans le secteur. La capacité des 1242 établissements hôteliers en Algérie s'élève à 108611 lits. Selon l'ancien ministre du Tourisme et de l'Artisanat, Hacène Marmouri, 1812 projets de réalisation de nouvelles infrastructures hôtelières avaient été

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

agréés par le Ministère. Cette série de projets devraient porter la capacité d'accueil à 240 000 lits et créer 99 000 emplois.

La capacité d'accueil était de 242624 lits au Maroc en 2016 et 241400 lits en Tunisie en 2015.

En Algérie, le développement du tourisme devrait être fondé sur la promotion des investissements touristiques, la modernisation et la réhabilitation des hôtels pour les ramener à être en conformité avec les normes internationales dans le domaine du tourisme et le recyclage et la formation adéquate des professionnels du secteur ; seule voie pour que le service soit à la hauteur des infrastructures. Ainsi que l'exploitation optimale des diverses formes d'hébergement et la réalisation des infrastructures de transport. La fixation des prix préférentiels et appropriés pour permettre aux citoyens, et en particulier aux jeunes, de découvrir les richesses historiques et culturelles du pays.

En vue de la hausse prévue des arrivées, plusieurs grands aéroports algériens procèdent à des travaux de modernisation. Un nouveau terminal à l'aéroport Houari Boumediene d'Alger a porté la capacité d'accueil annuelle totale à 10 millions de passagers, contre 6 millions auparavant. En outre, un nouveau terminal est en construction à l'aéroport Ahmed Ben Bella à Oran, avec une capacité annuelle qui passera de 2,5 millions à 3,5 millions de passagers. Ces projets permettront à l'Algérie de renforcer sa capacité à accueillir des transporteurs internationaux.

Les estimations de l'ancien Ministre du Tourisme Hassan Mermouri placent les revenus de l'activité touristique à 300 millions de dollars, soit 1,4% du PIB. Pour illustrer la faiblesse du chiffre, le Maroc a enregistré 5,8 milliards de dollars en recettes sur les 11 premiers mois de 2016. En Tunisie, les revenus ont atteint près de 300 millions de dollars pour le mois d'août 2017.

6. Conclusion

Un pays qui possède des ressources naturelles, culturelles et du patrimoine historique très important, mais qui est pauvre en infrastructures touristiques (transport, hébergement, l'aménagement des lieux de séjour et des sites), ne pourra jamais développer suffisamment son secteur touristique. Tel est le cas pour l'Algérie. En effet, il s'agit d'un des principaux facteurs de la production touristique en raison de leur importance et qui nécessite des investissements lourds qui supposent la disponibilité des capitaux importants.

L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie

En Algérie, avec une infrastructure d'accueil de 108. 611 lits, les établissements hôteliers sont encore loin de répondre à la demande du marché, et de nombreux établissements restent loin de satisfaire les besoins de la population en quête des lieux de détente en dépit des grandes capacités qu'elle possède et qui restent pour leur grande majorité inexploitées.

Potentialités extraordinaires, sites naturels et historiques inestimables, jeunesse de la population, tout plaide pour une naissance du tourisme algérien qui est confronté à une exigence de compétition internationale.

En Algérie, le secteur, demeure subordonné à la concrétisation d'autres facteurs, telle que la culture touristique, la formation du personnel, la libéralisation du foncier, et d'une manière générale, la mise en œuvre d'une politique concertée avec les intervenants dans le domaine.

Références bibliographiques :

1. Articles :

- Boudjani, M., Djamane-Segueni, N. Le tourisme en Algérie. éléments critiques pour une politique future de tourisme durable, *Revue algérienne d'économie et gestion* Volume 7, Numéro 1, Pages 5-26.
- Vellas, F. (1988). Les stratégies de développement touristique, social et culturel dans les petites économies insulaires, *revue du CERC, université des Antilles Guyane*, n°5.

2. Livres :

- Guibilato, G. (1983). *Economie touristique*, Suisse : édition Delta & SPES.
- Lozato-Giotart, J-P. (2003), *Géographie du tourisme : de l'espace consommé à l'espace maîtrisé*, France : Pearson édition.
- Raboteur, J. (2000). *Introduction à l'économie du tourisme*, France : Harmattan.

3. Pages web :

- Forum économique mondial (2018). <http://www.mdipi.gov.dz/?Publication-de-l-Index-2017-2018>
- Guide de voyage petit futé, www.petitfute.com
- Office national des statistiques(2015).[http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC - 2015 - Francais .pdf](http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC_-_2015_-_Francais_.pdf).
- Organisme mondial du tourisme (2018). *Baromètre volume 16*. <https://www.veilleinfotourisme.fr/observatoire-economique/international-statistiques-officielles/barometre-omt-du-tourisme-mondial-volume-16-janvier-2018>.