

**Le Tourisme Durable en Algérie Enjeux et Perspectives:  
Le Comportement des Parties Prenantes à l'Égard d'un  
engagement dans une Approche Touristique Durable (Cas de la  
Région de Taghit, Béchar)**

***Sustainable Tourism in Algeria Challenges and Prospects: The  
Stakeholders Behaviour Toward a Commitment to a Sustainable  
Tourist Approach (Case of Taghit -Béchar- Region)***

**Doct. BENSLIMANE Amine**

Laboratoire LAREEM  
Université Mohamed Ben Ahmed  
Oran 2, Algérie

benslimane.amine@univ-oran2.dz

*Reçu le: 16/03/2020*

**Dr. SEMAOUNE Khalissa**

Laboratoire LAREEM  
Université Mohamed Ben Ahmed  
Oran 2, Algérie

semaounekhali@gmail.com

*Accepté le : 20/07/2020*

**Résumé :** L'objectif principal de cette étude, est d'analyser le comportement des parties concernées, par le secteur touristique à la région de Taghit, envers l'engagement dans une démarche de tourisme durable, et cela à travers des traits comportementaux, tels que la perception, l'attitude, le niveau de connaissance, l'engagement perçu et les opinions. L'étude a été menée via une approche quantitative basée sur les statistiques descriptives des données récoltées par le biais d'un questionnaire, auprès d'un échantillon de 68 entités, parmi les cadres et collaborateurs représentant les parties concernées par le tourisme à Taghit. Les Résultats ont montrés une perception et une attitude positive à l'égard du tourisme durable, par contre l'engagement dans cette démarche a été estimé insuffisant. Les données fournies par cette recherche, peuvent aider dans le contrôle et la gestion des actions orientées vers la promotion du tourisme durable.

**Mots Cles :** Responsabilité sociale des entreprises ; Théorie des parties prenantes; Comportement des parties prenantes ; Tourisme durable ; Marketing touristique.

**Abstract :** The main study objective was to analyse the involved parties' behaviour, in the tourism sector in Taghit Béchar region, towards engagement in a sustainable tourism approach, and this through behavioural traits such as perception, attitude, knowledge level, perceived commitment and opinions. The study was conducted via a quantitative approach, based on descriptive statistics of the data collected through a questionnaire on a sample of 68 entities, among managers and employees representing the parties concerned with tourism in Taghit. Results showed a positive perception and attitude towards sustainable tourism, however the commitment to this approach was considered insufficient. The data provided by this research may help in the control and management, of actions oriented towards sustainable tourism promotion.

**Key Words:** Corporate Social Responsibility; Stakeholders Theory; Stakeholders behaviour; Sustainable Tourism ; Tourism Marketing.

**JEL Classification :** L83, Q01.

\* Auteur correspondant: BENSLIMANE Amine (benslimane.amine@univ-oran2.dz).

**Introduction :**

Le tourisme durable au sens large, consiste à tout engagement visant au développement de ce secteur, tout en respectant, préservant et mettant en valeur à long terme le patrimoine naturel, social et culturel d'un territoire. Ceci dit que le développement touristique durable est un état d'esprit, qui articule des modes de servuction et de consommation responsables, tout en garantissant aux populations hôtes, professionnels du secteur et touristes des avantages socio-économiques équitablement répartis (Lachachi, 2015).

Par ailleurs, dans un contexte Algérien, le tourisme durable est encadré par le schéma directeur d'aménagement touristique horizons 2030, qui fait partie intégrante du schéma national d'aménagement du territoire, une vision stratégique projetée vers une approche durable, regroupant objectifs et moyens nécessaires. Toutefois l'accomplissement de ces objectifs requiert consolidation des efforts, synergie et engagement des différentes parties concernées. En effet les parties prenantes constituent un facteur essentiel en vue d'appliquer une démarche socialement responsable. Il est primordial alors d'étudier et d'analyser ce facteur, tant convoité par les chercheurs et les académiciens au point d'en lui consacré une théorie « la théorie des parties prenantes » (Freeman, 1984).

Notre travail de recherche va tenter d'analyser le comportement de ces parties prenantes (pouvoirs publiques, collectivités locales, ONG, associations, entreprises touristiques privés et salarié du secteur), à travers leurs perceptions, attitudes et actions envers un engagement dans une approche de tourisme durable en Algérie, en particulier dans la région de Taghit. Par conséquent, en se basant sur cette réflexion et sur toutes ces variables, notre question de recherche est formulée ainsi : Quel est le comportement des parties prenantes envers l'engagement dans une démarche RSE de tourisme durable à Taghit ?

De cette question principale découlent des questions de recherche secondaires : Quel est le niveau de connaissance de ces parties prenantes, quant au concept du tourisme durable et le contenu du SDAT horizon 2030 ? Quel est leur perception quant aux avantages du tourisme durable ? Quel est l'attitude de ces entités, envers un engagement dans cette approche ? Quel est leur niveau d'engagement dans cette démarche ? Quel est l'opinion de ces acteurs envers les freins empêchant une fluidité d'application du tourisme durable à cette région ?

Cet article va donc tenter d'apporter des éléments de réponses à celles-ci, via une approche quantitative basée sur les statistiques descriptives et un questionnaire comme outil de récolte d'informations. On a abordé dans la première partie les aspects théoriques, en mettant en avant le tourisme durable et ces dimensions, ces enjeux et ces perspectives dans le contexte Algérien, dans la deuxième partie, nous avons exposés les résultats de notre étude quantitative qui a été faite à partir de l'analyse d'un échantillon de 68 entités, parmi les parties prenantes du secteur touristique à Taghit. Notant aussi que l'étude a été effectuée durant la période entre le mois de Mars et le mois de Juin 2020, en utilisant un questionnaire administré via internet en raison des difficultés causées par la pandémie, sachant que cette recherche a été appréhendée en période de confinement.

L'intérêt de cette recherche est donc de générer des données quantitatives qui vont permettre de comprendre le comportement des décideurs, responsables et collaborateurs représentant les parties concernées par le tourisme à la région de Taghit, et de jauger leurs perceptions, attitudes, niveau de connaissance et engagement perçus envers la durabilité touristique à cette région, et cela dans la perspective d'orienter la stratégie touristique ainsi que les actions, en vue de développer ce type de tourisme, qui représente une potentielle alternative au tourisme de masse, et vue aussi comme vecteur de croissance depuis des décennies.

## **1. Cadre théorique :**

### **1.1. Travaux connexes :**

Nous avons pu grâce à une recherche documentaire, recenser plusieurs études qui ont abordées le sujet du tourisme durable, et ces parties concernées à travers le monde.

Pendant nous nous sommes focalisés plus sur celles qui ont appréhendées l'engagement des parties prenantes, dans une approche de tourisme durable en Algérie, et dans les pays du Maghreb notamment au Maroc. Dans le contexte algérien, Bessouh et Belarbi (2017) ont pu démontrer la conscience des autorités locales et territoriales de la ville de Tlemcen, à l'égard d'un développement touristique culturel durable, visant la protection des éléments du patrimoine environnemental, qui font la valeur de la destination, tout en garantissant le bien-être des citoyens en matière de création d'emplois décents et durables, et cela à travers une étude qualitative visant à déterminer les facteurs d'aide au développement du tourisme culturel à la ville de Tlemcen. Dans le même sens, Anoune et Habbache (2019) ont pu démontrer le potentiel du tourisme durable dans le Sahara Algérien, en évoquant aussi le rôle des parties prenantes dans cette démarche, et cela grâce à une étude documentaire basée sur l'analyse de différents rapports, études et données statistiques.

Par ailleurs, dans un contexte Magrébin, Hadach et Tebbaa (2015) et par le biais de leurs recherches, qui ont eu comme objectif de proposer une perspective nouvelle des formes de partenariats entre les différentes parties en tourisme durable, ont pu déceler les facteurs qui peuvent mettre en péril ce partenariat, et conduire le tourisme durable à l'échec, comme le manque des études préalables de la demande touristique en adéquation avec ce que les acteurs de tourisme peuvent proposer comme offre durable, ainsi que le conflit en terme de temporalité entre la logique des acteurs publics et celles des organismes privés de tourisme. Notant aussi que cette étude a été appréhendée par un paradigme de constructivisme, analysant les données à travers d'un processus d'induction tout en prenant la région de Marrakech Tensuft Alhaouz –Maroc- comme étude de cas.

D'autres part, Moussadak (2016) dans son article intitulé la responsabilité sociale et l'engagement des parties prenantes dans l'industrie touristique cas de la ville d'Agadir Maroc ; le chercheur a constaté que les parties prenantes de la région étudiée, sont supposées connaître la démarche de la RSE, mais elle est pratiquée d'une manière informelle, cette recherche a été appréhendée via une étude quantitative basée sur les statistiques descriptives. Notant aussi que nous avons

précédemment étudiés l'intégration de la démarche RSE dans une organisation industrielle, tout en évoquant le comportement des parties prenantes (Semaoune & Khiat, 2014) ; et nous voulons analysés cette intégration et cet engagement dans un autre secteur à savoir le tourisme.

Par conséquent, en se basant sur tous ces travaux de recherches, on a pu constater que l'étude du comportement des parties prenantes, à l'égard de l'engagement dans une approche touristique durable globale, à travers les traits comportementaux tels que la perception, l'attitude, le niveau de connaissance, l'engagement perçu et les opinions n'a pas été appréhendée auparavant et surtout dans le contexte algérien.

De ce fait notre étude, va générer des données permettant la compréhension du comportement de la partie prenante du tourisme durable en Algérie, en particulier à Taghit notre champs d'étude, dans la perspective de contrôler et de gérer les actions managériales en termes de durabilité touristique.

### **1.2. Tourisme durable, une approche tridimensionnelle :**

Selon l'Organisation mondiale du tourisme, la définition conceptuelle du tourisme durable se lit comme suit : « un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. » (OMT, n.d.). En effet le tourisme durable vise à l'équilibre entre les trois piliers du développement durable, dans la production et la réalisation d'activités touristiques. Ainsi le tourisme durable peut être considéré fondamentalement comme l'application de l'idée du développement durable au secteur du tourisme (Weaver, 2005). Dans cette optique, il est présenté à travers ces trois dimensions : économique, environnementale, socioculturelle. (Lecompte & Prim-Allaz 2011).

Comme indiqué dans le (Tableau 1) La dimension environnementale (écologique) vise à prohiber tout acte amenant à une pollution de l'eau, de l'air ou du sol ou encore d'une consommation excessive et superflue de ces ressources, lors de l'activité touristique au détriment des populations d'accueil (Lansing & De Vries, 2007), et d'assurer ainsi un développement compatible, avec le maintien des processus écologiques fondamentaux de la diversité biologique.

**Tableau 1 : « Les dimensions du tourisme durable et responsable »**

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <b>Environnement<br/>(écologie)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Economiser les ressources rares et précieuses (eau/énergie) ;</li> <li>-Minimiser la production de déchets ;</li> <li>-Etaler dans le temps et dans l'espace ;</li> <li>-Protéger le patrimoine naturel ;</li> <li>-Imposer des contraintes au tourisme dans les espaces sensible ;</li> <li>-Valoriser le tourisme de nature lorsqu'il répond à la capacité d'accueil du site.</li> </ul> |
| <b>Social-culturel</b>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Economiser les ressources rares et précieuses (eau/énergie) ;</li> <li>-Minimiser la production de déchets ;</li> <li>-Etaler dans le temps et dans l'espace ;</li> <li>-Protéger le patrimoine naturel ;</li> <li>-Imposer des contraintes au tourisme dans les espaces sensible ;</li> <li>-Valoriser le tourisme de nature lorsqu'il répond à la capacité d'accueil du sit</li> </ul>   |
| <b>Economique</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Permettre aux populations locales de participer équitablement aux bénéfices économiques, sociaux et culturels qu'elles génèrent ;</li> </ul>   |

**Source :** Lecompte & Prim-Allaz, 2011, Une synthèse d'après le code mondiale d'éthique du tourisme, Paris.

Parallèlement la dimension sociale-culturelle consiste à préserver le capital socioculturel des populations hôtes, et de garantir le contrôle sur leur propre mode de vie, un tourisme qui soit compatible avec la culture et les valeurs des populations visités, et maintient l'identité de la communauté (Timur & Getz, 2009). Ceci dit que cette dimension propose une alternative au tourisme de masse incité par la rentabilité financière, et qui provoque souvent des conséquences graves tels que : hausses des prix, dégradation du patrimoine culturel, perte des valeurs, des traditions locales et occidentalisation des styles de vie (Lansing & De Vries, 2007).

La dimension économique quant à elle et dans un sens large vise à garantir que le développement du tourisme soit économiquement efficace, et que les ressources sont gérées de manière à pouvoir subvenir aux besoins des générations futures. Par ailleurs et dans un sens étroit, cette dimension consiste à ce que les populations locales puissent participer équitablement aux bénéfices économiques réalisés par l'activité touristique.

### **1.3. Le tourisme durable en Algérie, enjeux et perspectives :**

La vision stratégique quant aux perspectives et enjeux du tourisme durable en Algérie, est inscrite au niveau du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT horizons 2030 », qui fait partie du Schéma National d'Aménagement du Territoire « SNAT » approuvé en vertu de la loi 10-02 du 29

juin 2010. Le SDAT 2030 détermine les lignes directives d'un projet touristique pour les différentes parties concernées, visant la promotion d'un secteur touristique assurant le développement en dehors des rentes pétrolières. Outre ce schéma directeur explique la manière dont l'État entend assurer le triple équilibre : la justice sociale, la performance économique, appui écologique, et cela dans le cadre du développement durable, pour les vingt prochaines années. Parmi les objectifs inscrits dans ce document et qui favorisent la durabilité du tourisme on cite :

- Concilier entre la promotion du tourisme et l'environnement ;
- Améliorer durablement l'image de la destination Algérie ;
- La réalisation de cinq parcs écotouristiques (Annaba, Constantine, Alger, Oran, parc d'oasis) ;
- Valorisation du patrimoine historique, culturel et cultuel ;
- La mise en place des mécanismes assurant équité social, et performance économique dans la réalisation de l'activité touristique. (Voir la loi 10-02 du 29 juin 2010 journal officiel N°61).

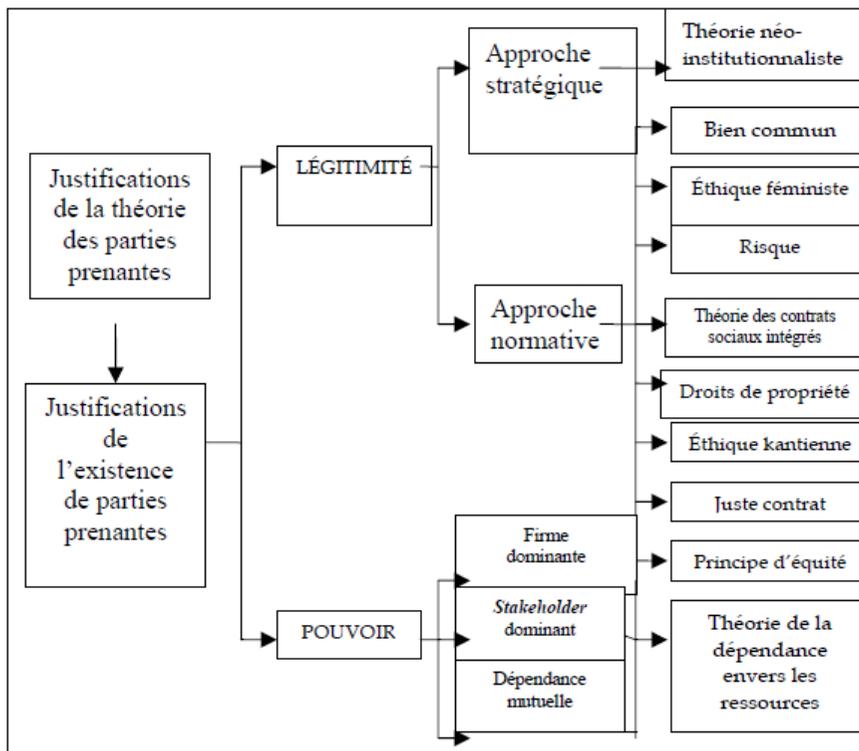
#### **1.4. La théorie des parties prenantes, origines et fondements :**

Les parties prenantes constituent un élément fondamental en vue d'appliquer une approche socialement responsable, et de tourisme durable en particulier. Il est primordial alors d'étudier et d'analyser cet élément tant convoité par les chercheurs au point d'en lui dédié une théorie « la théorie des parties prenantes ». La notion Stakeholder SH ou partie prenante PP en français trouve ces origines dans les travaux de Berle et Means en 1932 (Gond & Mercier, 2006), qui ont remarqués l'essor d'une pression sociale, exercée envers les dirigeants des organisations afin qu'ils admettent leurs responsabilités, auprès de tous ceux qui peuvent être affectés d'une façon directe ou indirecte par les décisions d'une organisation. Berle et Means (1932) constatent que « le contrôle des grandes entreprises devrait conduire à une technocratie neutre équilibrant les intérêts des différents groupes de la communauté ». En ce sens Barnard (1938) ajoute que l'entreprise est considérée comme un espace ouvert, dans lequel se noue différentes types de relations entre ses différents acteurs. Le terme Stakeholder proprement dit et selon Freeman (1984) est apparue pour la première fois, dans les années soixante et plus précisément en 1963, lors d'une réflexion en stratégie dirigée par Ansoff et Stewart au sein du *Stanford Research Institute*. Un néologisme né d'un jeu de mots entre (Stake) intérêt et (Stock) action, remettant en question le primat des actionnaires (stockholders) et la légitimité d'autres parties, qui ne sont pas forcément actionnaires mais ils ont un intérêt (stakeholders). Un terme devenu concept puis théorie grâce aux travaux de Freeman (1984) dont son ouvrage *Strategic Management- A Stakeholder Approach*, et grâce aussi aux travaux de Carroll (1989). Parallèlement la théorie des parties prenantes TPP est fondée sur deux approches, celles contractualistes sous lesquelles l'entreprise est vue comme une démarche instrumentale d'un management stratégique, et celles normatives et éthique sous lesquelles apparaît une nouvelle représentation, de la nature de la firme (Capron, 2008).

Par ailleurs la pertinence de la théorie des parties prenantes est liée à l'existence de ces parties, ainsi deux critères sont proposés comme arguments en

l'occurrence : la légitimité et le pouvoir, qui constituent les deux justifications principales de la pertinence de la théorie des parties prenantes (Andriof & Waddock, 2002). Du coup une entité peut prendre la dimension de partie prenante après l'analyse et la vérification de la légitimité de ces revendications, et l'existence d'une relation de pouvoir et donc d'une interdépendance entre cette entité et l'organisation (Andriof & Waddock, 2002) comme montré dans (Figure 1).

**Figure 1 : «La pertinence de la théorie des parties prenantes »**



Source : Gond & Mercier, 2006, adapté d'Andriof et Waddock (2002) ; Phillips et al. (2003)

### 1.5. Le rôle des parties prenantes dans le contexte du tourisme :

Avant d'évoquer le rôle de ces entités, il est primordial de définir en quoi consiste une partie prenante, la définition la plus large est le fruit des travaux de Freeman en se fondant sur la notion d'intérêt (Mercier, 2010 ; Sahed-Granger & Boncori, 2014), Freeman (1984) définit une partie prenante comme étant « tout groupe ou tout individu qui peut affecter ou être affecté par la réalisation des objectifs d'une organisation ». Cette définition met en lumière un critère large d'identification, en se contentant de la légitimité au-delà du pouvoir. Par ailleurs et dans le contexte du tourisme durable, le rôle principal des parties prenantes réside dans la coordination, partenariat et la pression. En effet la pérennité de l'activité touristique repose sur la coordination entre les différentes parties. Cela constitue plus d'enjeux et d'importance pour achever la durabilité de l'industrie touristique (Anoune & Habbache, 2019). Ainsi l'essor de celle-ci doit être orienté par la coordination, et le partenariat entre organismes privés, publiques, organisations

non gouvernementales et associations. En effet les partenariats sont au cœur de développement d'un tourisme durable (Hadach & Tebbaa, 2015). En ce qui concerne la pression, ces entités doivent contrôler en permanence l'activité touristique, et son impact sur les trois dimensions de la durabilité : économie, société, environnement, et cela par l'évaluation de la performance extra-financière et d'intégrer en amont la prise de décision afin d'influencer les objectifs futurs.

## 2. Cadre empirique :

### 2.1. Echantillonnage et recueil des données:

Notre travail de recherche a été fondé sur une étude quantitative, qui nous a permis d'apporter des éléments de réponse à notre problématique de départ. Nous avons choisi cette approche afin de quantifier et mesurer les variables de l'étude. Notre méthodologie de recherche a été basé aussi sur un questionnaire comme outil de recueil d'informations nécessaires, nous avons conçu ensuite administrés ce questionnaire d'une façon électronique via internet. Nous avons choisi cette méthode d'administration du questionnaire en raison des empêchements résulté par les consignes de distancement sociale, sachant comme déjà cité que cette étude a été effectuée durant la période entre le mois de Mars et le mois de Juin 2020 (une période de confinement). Quant à l'échantillonnage nous avons procédés à une méthode non aléatoire boule de neige. Nous avons procédés à cette méthode d'échantillonnage, pour les mêmes raisons liées à la pandémie, d'où l'inaccessibilité à la population étudiée en cette période. Par conséquent on acontactés et sélectionnés à distance des cadres représentant les parties prenantes du tourisme à Taghit, ces cadres sélectionnés ont été sollicités d'adresser à leurs tours le questionnaire à leurs collaborateurs, et collègues éligibles à répondre à nos questions. En ce sens nous avons reçus 71 réponses, et nous avons éliminés 3 réponses pour des raisons de non-cohérence, ce qui nous a fait un échantillon de 68 entités, parmi les parties prenantes du tourisme à la wilaya de Béchar et la commune de Taghit comme montré sur le (tableau 2) ci-dessous.

**Tableau 2 : «Les composants de l'échantillon N=68 »**

| <b>Partie prenantes</b>                     | <b>Fréquence</b> | <b>Pourcentage (%)</b> |
|---|------------------|------------------------|
| Pouvoirs publiques et collectivités locales | 14               | 20,6                   |
| ONG et associations                         | 34               | 50                     |
| Entreprises touristiques privés             | 20               | 29,4                   |

**Source :** Elaboré par les auteurs à partir des données SPSS

20,6% représentant les pouvoirs publiques et collectivités locales (ministère et direction du tourisme, préfecture, daïra, commune, entreprises touristiques étatiques) ; 50% qui représentent les organisations non gouvernementales, et associations (culturelles, environnementales, et touristiques) ; 29,4% représentent les entreprises touristiques du secteur privés (entreprises hôtelières, tours opérateurs, agences de voyages, guides).

## 2.2. Les variables de la recherche et les outils d'analyse :

Quatre variables comportementaux sont analysés dans cette étude, à savoir le niveau de connaissance, la perception, l'attitude et le niveau d'engagement perçu. Dans ce cadre ces variables ont été mesurés par une approche quantitative, via un questionnaire comme déjà mentionner. Concernant le questionnaire on a utilisés deux type de questions, les questions à choix multiples, et celles basées sur l'échelle de Likert à cinq niveau. Dans ce cadre la perception et l'attitude ont été mesurées par la même échelle. Par contre le niveau d'engagement perçu et le degré de connaissance, ont été mesurés par deux échelles différentes. Les descriptions de l'échelle de Likert relatives à chaque intervalle, et à chaque variable sont présentées dans le (Tableau 3).

**Tableau 3 : « Description relative à chaque intervalle Likert et variable »**

| Echelle de Likert | Intervalle  | Différence | Description Niv- connaissance | Description Perception/attitude | Description Engagement |
|-------------------|-------------|------------|-------------------------------|---------------------------------|------------------------|
| 1                 | 1,00 - 1,80 | 0,80       | Inexistant                    | Pas du tout d'accord            | Inexistant             |
| 2                 | 1,80 - 2,60 | 0,80       | Faible                        | Pas d'accord                    | Insuffisant            |
| 3                 | 2,60 - 3,40 | 0,80       | Acceptable                    | Neutre                          | Suffisant              |
| 4                 | 3,40 - 4,20 | 0,80       | Bon                           | D'accord                        | Bon                    |
| 5                 | 4,20 - 5,00 | 0,80       | Excellent                     | Tout à fait d'accord            | Excellent              |

Source : Elaboré par les auteurs à partir des données SPSS

Par ailleurs et concernant la fiabilité du questionnaire, un test Cronbach alpha a été utilisé. Ce test tout comme les statistiques descriptives de l'étude ont été réalisés à l'aide du logiciel SPSS. En fin les données de l'étude ont été interprétées par des moyennes, écarts types, coefficient et pourcentage.

## 2.3. Interprétation des données obtenues :

### a. La fiabilité du questionnaire et interprétation des statistiques descriptives:

Comme l'indique son titre, le (tableau 4) ci-dessous concerne le test Cronbach alpha ( $\alpha$ ), et les statistiques descriptives des variables comportementales de l'étude.

Le coefficient  $\alpha$  de l'ensemble des variables est significatif ( $\alpha=0,706$ ) et il est supérieur à 0,70 (70%). Ceci dit que le questionnaire est cohérent et fiable.

**Tableau 4 : «Le test Cronbach alpha et les statistiques descriptives des variables comportementaux »**

| Les variables comportementaux   | Moyenne | Ecart type | Description Likert (voir Tableau 3) | $\alpha$ |
|---|---------|------------|-------------------------------------|----------|
| Niveau de connaissance  | 2,29    | 0,899      | Faible                              | 0,706    |
| Quel est l'étendue de vos connaissances sur le concept du tourisme durable ?  | 2,84    | 1,031      | Acceptable                          |          |
| Quel est l'étendue de vos connaissances sur le contenu du schéma directeur d'aménagement touristique horizon 2030 (SDAT 2030) ? | 1,75    | 1,070      | Inexistant                          |          |
| Perception  | 4,09    | 0,958      | D'accord                            |          |
| À votre avis es- ce-que le tourisme durable peut apporter des avantages écologique, sociale et économique à la région ?         | 4,09    | 0,958      | D'accord                            |          |
| Attitude  | 4,28    | 1,034      | Tout à fait d'accord                |          |
| Soutenez-vous la promotion du tourisme durable dans la région du Taghit ?   | 4,28    | 1,034      | Tout à fait d'accord                |          |
| Engagement perçu  | 1,93    | 0,997      | Insuffisant                         |          |
| Comment évaluez-vous la contribution de votre organisation à la promotion du tourisme durable ?                                 | 1,93    | 0,997      | Insuffisant                         |          |

**Source :** Elaboré par les auteurs à partir des données SPSS

Parallèlement le niveau de connaissance a enregistré une moyenne de 2,29 cela signifie que le niveau de connaissance quant au concept du tourisme durable et le contenu du SDAT 2030 est « Faible ». D'autre part la perception a enregistré une moyenne de 4,09 donc on peut conclure que la population étudiée est « D'accord » avec le fait que le tourisme durable peut apporter des avantages écologique, sociale et économique à la région de Taghit. Concernant l'attitude, les résultats montrent que celle-ci est positive à l'égard de la promotion et le soutien du tourisme durable, cela est traduit par une moyenne de 4,28 relatives au terme Likert « Tout à fait d'accord » qu'il faut soutenir le tourisme durable dans la région. Finalement l'engagement perçu a enregistré une moyenne de 1,93 cela signifie que l'engagement dans la promotion touristique durable des organisations, relative aux cadres et collaborateurs interrogés est « Insuffisant ».

## b. Les opinions à l'égard des obstacles au développement du tourisme durable :

**Tableau5: «Les opinions envers les freins à la démarche touristique durable»**

| Les variables   | Fréquence | %    |
|---|-----------|------|
| Selon vous, quels sont les obstacles qui empêchent la promotion et le développement du tourisme durable dans la région du Taghit? |           |      |
| Le manque d'intentions réelles sur le terrain pour soutenir ce type de tourisme   | 31        | 45,6 |
| Manque de compétences dans ce domaine   | 25        | 36,8 |
| Manque de coordination et de partenariat entre les parties concernées et les responsables du secteur du tourisme                  | 25        | 36,8 |
| L'absence de pression des parties prenantes sur les responsables du secteur du tourisme   | 17        | 25   |
| Manque de contribution dans ce domaine  | 15        | 22,1 |
| Absence de planification et d'étude   | 2         | 2,9  |

Source : Elaboré par les auteurs à partir des données SPSS

Selon le (Tableau 5) et concernant les opinions à l'égard des freins empêchant la fluidité d'application, et la promotion du tourisme durable à la région de Taghit. 45,6% de la population étudiée ont estimés qu'il y'a un manque d'intentions réelles, sur le terrain pour soutenir ce type de tourisme. D'autre part 36,8 % ont constatés le manque des compétences dans ce domaine, et le manque aussi de coordination et de partenariat entre les parties concernées. En outre 25 % de notre échantillon ont constatés l'absence de pression des parties prenantes, sur les responsables du secteur touristique. Par ailleurs 22,1% ont considérés qu'il y'a un manque de contribution dans ce domaine. Finalement 2,9 % ont constatés l'absence de la planification et d'étude.

### Conclusion :

Nous avons pu analyser lors de cette étude, le comportement des parties prenantes envers l'engagement dans une démarche socialement responsable de tourisme durable à Taghit, et cela à travers la perception, l'attitude, le niveau de connaissance, et l'engagement perçu. Ainsi nous avons constatés que malgré tous les avantages perçus par les cadres et collaborateurs interrogés, et leurs attitudes positives envers une approche durable, l'engagement dans cette démarche demeure insuffisant. Nous avons pu remarquer encore un niveau faible de connaissance sur les principes du concept de tourisme durable, et celles inscrites au niveau du schéma directeur d'aménagement touristique horizon 2030. Par ailleurs le manque d'intentions concrètes pour soutenir ce type de tourisme a été constaté comme l'obstacle perçu majeur, empêchant la fluidité d'application d'une approche de tourisme durable. Ci-dessous les principaux résultats de la recherche.

En se basant sur les chiffres acquis, durant notre étude effectuée auprès des représentants des parties prenantes du tourisme à Taghit , on a pu souligner:

- Un faible niveau de connaissance quant aux principes du tourisme durable, et les lignes principales du SDAT horizon 2030 ;
- Une perception positive quant aux avantages du tourisme durable, sur le niveau économique, social et environnemental ;
- Une attitude positive à l'égard de la promotion, et le soutien d'une approche touristique durable dans la région;
- Un engagement insuffisant dans la démarche du tourisme durable ;
- Le frein perçu majeur empêchant le développement d'une approche touristique durable, et sa fluidité d'application dans la région est le manque d'intentions réelles pour soutenir ce type de tourisme.

### Références bibliographiques :

- Anoune, H., & Habbache, F. (2019). Le tourisme durable : quelles perspectives au Sahara Algérien ? .Sciences humaines, 30(1), 65-81.
- Andriof , J., Waddock , S., Husted, B., & Rahman , S. S. (2002). Unfolding Stakeholder Thinking. London: Routledge.
- Boudjani, M. (2018), Tourisme durable en Algérie. Autre utopie ou option réelle de développement ? . Revue d'économie et de développement humain, 9(2), 402- 414.
- Bessouh, N., & Belarbi, A. (2017), Le tourisme culturel durable - Une opportunité de mise en valeur du patrimoine Algérien : Le cas de la ville historique de Tlemcen, journal of economics and management, 1(2), 19-27.
- Bouacha, F., & Lalaoui, A. (2017), Le management du tourisme durable en Algérie: outils innovants et perspectives. Recherches économiques et managériales, 22, 1-13.
- Barnard, C. I. (1938). The Functions of the Executive. Cambridge: Harvard University Press.
- Berle, A. A., & Means , G. (1932). The Modern Corporation and the Private Property. New-York: Mc Millan.
- Carroll, A. B. (1989). Business and Society. Cincinnati: South-Western Publishing.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman.
- Gond J.P., & Mercier S. (2006) . La théories des parties prenantes. Encyclopédie des Ressources Humaines. Economica, 2, 1-14.
- Hadach, M., & Tebbaa, O. (2015). Les partenariats entre les acteurs de tourisme pour la mise en place de durabilité, le cas de la région Marrakech Tensuft Alhaouz au Maroc. Gestion et Organisation ,7(2), 69-76.
- Lachachi, A. (2015). Le tourisme durable. Revue Minbar et-tourath el-etheri, 4, 31- 41.
- Lecompte, A.F., & Prim-Allaz, I. (2011). Les français et le tourisme durable : étude des représentations. Décision Marketing, 64, 47-58.
- Lansing, P., & De Vries, P.(2007). Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy? .Journal of Business Ethics, 72(1), 77-85.

- Mercier, S. (2010). Une analyse historique du concept de Parties Prenantes: Quelles Leçons pour l'avenir ? . *Management & Avenir*, 33, 142-156.
- Moussadak, H. (2016). La Responsabilité Sociale et l'engagement des parties prenantes dans l'industrie touristique cas ville Agadir Maroc. *Al-Bashaer Economic Journal*, 5, 189-203.
- Semaoune, K., & Khiat, A. (2014). Un référentiel d'indicateurs de performance intégrant la démarche RSE : Cas du groupe FERTIAL. *Resaddersse International*, 18, 19-35.
- Sahed-Granger, Y., & Boncori A.L. (2014). La traduction des attentes des parties prenantes en RSE en indicateurs de la global reporting initiative : Vers un mode consultatif de la gestion des parties prenantes. *Management & Avenir*, 68(2), 73-91.
- Timur, S., & Getz, D. (2009). Sustainable Tourism Development: How Do Destination Stakeholders Perceive Sustainable Urban Tourism? . *Sustainable Development*, 17,4.
- Weaver, D.B. (2005). Comprehensive and Minimalist Dimensions of Ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 439-455.