

Le tourisme saharien

Etat des lieux et stratégie de l'état pour son développement

Dr. Ratiba AROUB -Maitre de conférences A
Ecole supérieure de commerce d'Alger

Abstract: *Tourism plays a major role in the desert of economic development because of their riches abound, and that has brought and continues to bring visitors from all over the world and given the importance of this sector and considered important for the sustainable development of our country. Algeria is seeking to promote it and promoted through programs and development plans extended horizons, this is what we will touch it through our intervention.*

Résumé

Le désert, le Sahara, deux mots magiques, envoûtants qui laissent l'imaginaire de l'individu construire toutes sortes d'images féeriques, mystérieuses et fantasmagoriques. Quelqu'un avait dit « c'est dans le désert que nous apprenons le plus à être nous-mêmes et à être en nous-mêmes. Et c'est dans le désert que nous percevons le plus que c'est dans la finitude de notre existence que nous pouvons ressentir l'infini de la vie et du monde ».

Le développement du tourisme saharien jouit d'une place privilégiée dans la politique gouvernementale, ce qui ne manquera pas d'avoir une incidence positive sur tout l'environnement économique de la région du Sahara, à commencer par la création de l'emploi et l'offre de plus de possibilités d'investissement. Nous allons présenter dans notre communication le tourisme saharien en mettant l'accent sur les plans d'actions mis en œuvre par le gouvernement afin de promouvoir ce secteur en évoquant également les freins qui s'opposent à son développement.

Introduction :

Le Sahara est un produit touristique très important et notre pays renferme d'énormes potentialités en la matière. Le désert algérien s'étend dans toute la partie sud du pays et offre des panoramas composés d'ergs (déserts sablonneux) et de regs (déserts rocheux), sans oublier les fameuses peintures rupestres du tassili qui remontent à des périodes très anciennes s'ajoutent à cela une diversité culturelle et une production artisanale spécifique à ces régions absente dans d'autres pays. Disposant d'un des plus grands et des plus beaux déserts au monde, l'Algérie a toutes les capacités naturelles, humaines et financières pour redevenir une destination touristique de premier choix, notamment pour les touristes européens qui affichent de plus en plus d'intérêt pour le grand sud algérien bien.

Le tourisme constitue le nouveau moteur de développement durable, de soutien à la croissance et de vecteur clé de la tertiarisation de l'économie en raison du potentiel de création de richesses, d'emploi et de génération de revenus durables. Pour ce faire, le gouvernement a décidé de se doter d'un cadre stratégique de référence et d'une vision à l'horizon 2025, appuyés sur des objectifs contenus dans le Schéma d'Aménagement Touristique « SDAT ». Ce dernier, est une composante du SNAT (Schéma National d'Aménagement du Territoire)

2025, prévu par la loi 02-01 du 12 décembre 2001 relative à l'aménagement du territoire et du développement durable.(1)

Mais le constat qui s'impose aujourd'hui est que le tourisme saharien ne fait pas suffisamment preuve de dynamisme et de créativité, laissant au dépaysement offert par ses espaces touristiques d'exception et à la magie du désert le soin de compenser son manque de créativité, tant au niveau productif que commercial.. Un secteur au potentiel aussi riche devrait pourtant s'attacher à se réinventer en permanence, pour être en phase avec l'évolution des marchés et des attentes des clientèles.

Notre problématique s'articule autour d'une question fondamentale : quels sont les enjeux du développement du tourisme saharien et la stratégie adoptée par l'état pour promouvoir le tourisme saharien ?

Pour pouvoir répondre à cette question, nous allons donner quelques chiffres sur le tourisme en Algérie et présenter le constat actuel du tourisme saharien ensuite les actions mises par l'état pour la promotion de ce secteur et pour faire face aux obstacles constatés sur le terrain.

1. La tourisme en Algérie : Quelques chiffres et freins à son développement :

1.1 Chiffres clés :

Selon les statistiques sur les flux touristiques établies par le Ministère du tourisme, le nombre de touristes (y compris les algériens résidant à l'étranger) est en progression, il a été au total de 748536 touristes en 1999 et a atteint 1.911.506 touristes en 2009. En 2010, il a été à 2.070.496 touristes soit une hausse de 8.32% par rapport à 2009. En **2011**, le nombre de touristes est de **2 394 887** soit une hausse de **15.67%** par rapport à **2010** ce qui est positif et répond aux objectifs tracés dans le SDAT qui visaient entre autre d'accueillir plus de 2,5 millions de touristes en 2015.

Mais le nombre d'algériens résidents à l'étranger est deux fois plus importants que le nombre des étrangers de nationalités diverses. A titre d'exemple, en 2011, le nombre de touristes algériens résidants à l'étranger était de **1 493 245** touristes par contre les étrangers n'étaient que de **901 642** touristes soit une hausse importante de **37.66%** par rapport à l'année 2010.

69.86% des étrangers viennent pour se détendre et chercher des loisirs, par contre les autres viennent en mission ou pour des affaires et cela représente un créneau prometteur pour le tourisme en Algérie. La plupart d'entre eux émanent de l'Europe et des pays du Maghreb.

1.2 Freins au développement du tourisme en Algérie.

Pour développer un tourisme attractif avec des rendements importants sur le plan économique assurant la satisfaction des clients (touristes), certaines conditions doivent être offertes:

- Infrastructures touristiques : Hôtels de luxe ou maisons d'accueil moins onéreuses, moyens de divertissement, transport,
- La sécurité : contre les maladies (bonne hygiène, centres de santé, ...), contre les agressions physiques et contre les vols, ...
- Les services utiles: Eau potable et ménagère, moyens de télécommunication (tel, Internet, fax, ...), moyens de divertissements : terrains de jeux, télévision, ...souvenirs de la régions visités (produits d'artisanat, photos, ...)

Mais nous remarquons qu'en Algérie, les chiffres cités plus haut sont encore faibles pour représenter un bon rendement économique du tourisme. De plus, les touristes ne parviennent pas de tous les continents, cela peut être expliqué par un manque de moyens d'accueil point de vue infrastructures et qualité de service en plus du manque d'informations autour du

tourisme en Algérie si on compare sa situation à ce qu'offrent les autres pays pour développer ce secteur notamment les pays avoisinants (Tunisie, Maroc, Egypte).

Certes l'Algérie a connu une décennie où la sécurité n'était pas offerte, mais on constate également un manque d'informations et un manque de culture dans le domaine du tourisme. Le site Web du ministère du tourisme n'offre pas une banque de données assez riche pour attirer les étrangers et présenter notre patrimoine culturel ainsi que nos sites touristiques. Un retard énorme est cumulé dans ce domaine là où les outils de marketing sont assez variés sur Internet pour attirer un maximum de touristes et bien cibler ces clients.

Les coûts ne sont pas bien étudiés pour attirer plus de touristes, les routes ne sont pas très bien aménagés pour offrir un confort dans les déplacements. A titre d'exemple, Air Algérie qui détient le monopole dans le trafic aérien, a essayé de proposer une promotion pour les réductions des tarifs de billets d'avion d'Air Algérie (8) mais qui n'a pas un grand impact sur l'activité touristique au sud de l'Algérie. La compagnie aérienne a mis trop de conditions pour bénéficier de cette promotion. Air Algérie a annoncé, en décembre dernier, des réductions (- 50 % pour la période creuse et - 30 % pendant la haute saison), sur ses billets à destination du sud. Pour bénéficier de cette promotion, les agences de voyages ou les particuliers doivent déposer une liste d'au moins 15 passagers, et ce, deux semaines avant la date du voyage. Et en cas où il manque un seul passager, le groupe sera dans l'obligation de payer la totalité du prix du billet qui est (à titre d'exemple) de 14 000 dinars entre Alger/Béchar (aller retour). De plus, de nombreux voyageurs se plaignent des « mauvaises » qualités des prestations tels que les retards qui sont assez fréquents.

2. Le tourisme saharien en Algérie

2.1. Approche géographique (4) : L'Algérie a une superficie de 2 381 741 km². Le pays s'étend sur 1 100 km le long de la Méditerranée. Près des côtes, les plaines sont fertiles et le climat doux. Au sud, se succèdent de hauts plateaux peuplés de nomades, puis l'Atlas saharien culminant à 2 300 m d'altitude.

Là se trouve la limite climatique avant les régions désertiques du Sahara. La région du Sahara couvre deux millions de km² environ. Les paysages constitutifs du produit touristique saharien sont variés et contrastés comprenant des régions telles le Souf, le Mzab, la Saoura, le Touat, le Hoggar ou le Tassili (Ce dernier a fait l'objet d'un classement sur la liste du patrimoine mondial).

2.2. Les potentiels touristiques :

L'Algérie possède un potentiel touristique exceptionnel (6), à la fois par la taille, la diversité des paysages, le degré de préservation et le patrimoine culturel et historique présent. Le Sahara algérien est parmi les meilleurs de la planète, aux côtés de la Libye, du Niger (Aïr Ténéré) et du Tchad (Ennedi) ... mais aussi de la Mauritanie, du Maroc, de la Tunisie, de la Namibie, de l'Égypte (Désert Blanc), de la Jordanie (Wadi Rum).

De tous les pays sahariens (5) , l'Algérie est le pays qui a le territoire saharien le plus vaste. Nous citerons l'exemple des quatre régions du grand sud algérien: l'Adrar, l'Illizi, Tamanrasset et Tindouf mais il en reste encore d'autres que nous n'allons pas citer ici tels que les oasis, Touat-Gourrara-Saoura.

2.2.1. Adrar :

Occupant un territoire de 427 000 km², la wilaya d'Adrar est située au sud-ouest du pays. La région se distingue par de grands ensembles géographiques tels que l'Erg Chech, le grand Erg

Occidental et le plateau de Tanezrouit qui occupe les 3/4 de la superficie de la wilaya. Le Touat, le Gourara et le Tadikelt, ont toujours été les lieux de transit de caravanes commerçantes assurant la jonction entre l'Afrique noire et l'Afrique du Nord. La région est connue pour le brassage de cultures différentes se traduisant par la richesse du folklore et de la poterie. Les vestiges concernent des foggaras et des forteresses séculaires.

2.2.2 L'Ilizi : Le Tassili n'Ajjer

Ilizi à l'extrême sud-est de l'Algérie occupe une superficie de 286 808 km² répartis sur six dairates, Djanet étant la plus importante.

Le parc national du Tassili est classé, depuis 1982 comme patrimoine mondial de l'UNESCO. Il fut également classé en 1986 comme réserve de la biosphère M.A.B¹. C'est un étrange pays lunaire de grand intérêt géologique abritant l'un des plus importants ensembles d'art rupestre préhistorique du monde. Plus de 15000 dessins et gravures permettent d'y suivre, 6 000 ans av. J.C sédentariser à Iherir, Aharhar et Tamadjet.

2.2.3 Tamanrasset : le Hoggar

Le Hoggar a une altitude de 1 395 m et s'étend sur 113 000 km². Le parc national du Hoggar a été créé en 1987. Il couvre une superficie de 450 000 km² (près de 80 % du territoire français). Il comprend :

- Le plateau irrégulier de l'Atakor situé à 2 000 m d'altitude.
- Une dépression périphérique située entre 500 et 800 m d'altitude.
- Une ceinture extérieure de tassilis gréseux.
- La flore du Hoggar est l'une des plus variées au Sahara (olivier de la perine, myrte de Nivelles, pistachier, acacias)..
- Les gravures rupestres sont regroupées dans plusieurs centaines de stations.

2.2.4 Tindouf

La wilaya de Tindouf est située à l'extrême ouest de l'Algérie occupant une superficie de 168 000 km². L'oasis de Tindouf, fief des nomades de la région, est réputée pour ses anciens ksour.

2.3 Flux touristiques au Sahara pendant la saison 2010-2011

	nationaux	étrangers	total
Saison 2009-2010	241 112	89 203	330 315
Saison 2010-2011	204 578	17 855	222 433
Taux de croissance	-15%	-80%	-33%

Pendant la saison touristique 2010- 2011 (statistiques du Ministère du tourisme), le Sahara algérien a accueilli 222.433 touristes, soit une régression de près de 33%, par rapport à la saison précédente. Cette baisse s'explique principalement par la régression du nombre de touristes étrangers vers la destination de la wilaya de Tamanrasset (-98%), pour des raisons sécuritaires.

¹ MAB : Man And Biosphère : Lancé en 1971 par l'UNESCO, le programme sur l'Homme et la Biosphère "MAB" encourage les recherches interdisciplinaires et les activités de démonstration et de formation pour une

Le total de touristes étrangers, en destination du sud algérien est de 17.855 principalement des Français, des Allemands, des Italiens et des Suisses. Près de 26% de ces touristes ont passé leurs séjours dans la wilaya d'Illizi et 14% dans la wilaya d'Adrar.

Les entrées globales des touristes enregistrées au niveau des frontières algériennes, pendant la période étudiée, et dont le motif de visite est loisirs et détente est de 186.048 touristes. La destination sud représente 10% de cette catégorie. Par ailleurs, les destinations-phares du tourisme saharien orienté vers les nationaux, sont axées essentiellement sur les produits culturels, les fêtes traditionnelles et les stations thermales, notamment le cas de Ghardaïa, de Timimoune et de Taghit .

Leur nombre est de 204.578 touristes nationaux, pour la saison touristique 2010-2011, soit une régression de 15% par rapport à l'année précédente. Le flux des nationaux en destination du sud algérien, demeure instable, d'une part, en raison du coût élevé du transport aérien. D'autre part, les séjours sont très courts, ils correspondent aux vacances d'hiver-printemps, aux fêtes de fin d'année et fêtes religieuses (moussems et ouadates).

3. Les enjeux du développement touristique en l'Algérie (6)

Le développement du tourisme saharien ne peut se faire sans tenir compte de sa spécificité et ses enjeux notamment sur le plan économique et culturel. Nous résumons ces facteurs dans les points suivants:

A. Enjeux économiques :

- Ressources en moyens de paiement extérieurs,
- Effets sur la balance des paiements,
- Effets d'entraînement sur les autres secteurs productifs.

B. Enjeux d'aménagement régional et de développement local :

- Structuration des territoires,
- Sensibilisation environnementale,
- Logique économique de valorisation
- et de préservation des ressources.

C. Enjeux culturels :

- Valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel,
- Facteur d'ouverture et d'échanges, Facteur de paix et de dialogue entre les cultures.

D. Enjeux sur l'emploi :

- Emplois directs et emplois indirects,
- Insertion des jeunes chômeurs,
- Fixation des populations,
- Dynamiques territoriales.

E. Enjeux d'image :

- Amélioration de l'image du pays,
- Valorisation et attractivité en matière d'investissements et de flux touristiques

4. Plan d'actions de l'état Algérien pour le développement du tourisme saharien

Pour relancer ce secteur important, le ministère s'est fixé un objectif qui consiste en la revalorisation et au développement du tourisme saharien à travers la mise en place d'un plan d'action (2010-2015).

4.1. Objectifs visés dans le plan d'action (7)

Les principaux objectifs figurant dans le plan d'action élaboré par le Ministère du tourisme visent à :

- Créer les conditions d'une relance durable du tourisme saharien qui tient en compte de l'environnement, des équipements, des événements et de l'encadrement.
- Impulser un développement touristique en harmonie avec l'environnement, avec une gestion maîtrisée des activités touristiques et l'intérêt d'une démarche collective de gestion environnementale des espaces touristiques concernés.
- Mettre à niveau les capacités d'intervention des acteurs, les équipements et les services, en améliorant le rendement des infrastructures touristiques et en développant des équipements complémentaires, notamment en matière de loisirs, pour animer les sites et attirer davantage de clients, notamment en basse saison, quant les conditions climatiques le permettent.
- Diversifier et intégrer l'offre de produits et assurer sa montée en qualité, pour rompre avec le caractère «spontané» et peu élaboré de l'offre touristique saharienne, conquérir de nouveaux marchés, répondre aux attentes des clientèles et développer la fréquentation des pôles touristiques sahariens.
- Communiquer et promouvoir autrement les destinations sahariennes, en reconstruisant leur image touristique, autour de valeurs et d'arguments patrimoniaux et identitaires différenciés.

5. Propositions des principes stratégiques pour développer le tourisme saharien (7)

Pour développer le tourisme saharien, l'état vise d'entreprendre un ensemble d'actions planifiées dans le temps que nous résumons des les points suivants et qui sont autour des besoins de restructuration, d'organisation et de marché:

A/ Actions de restructuration

- 1- Montée en puissance et en gamme de l'offre hôtelière classée (2010-2013)
- 2- Qualification de l'offre d'hébergement para-hôtelière. (2010-2013)
 - 3- Promotion de nouvelles formes d'hébergement. (2011-2015)
- 4- Redéploiement spatial des activités et mise en production de nouveaux territoires. (2011-2015)
- 5- Valorisation des sites majeurs du tourisme saharien.(2010-2015)
 - 6- Valorisation de la dimension environnementale de la production touristique saharienne.(2010-2015)
- 7- Restructuration de l'offre patrimoniale et culturelle (2010-2015)
- 8- Valorisation touristique de l'artisanat et des savoir-faire locaux. (2011-2015)
 - 9- Professionnalisation des acteurs (2010-2015)

B/ Actions pour le développement du marché touristique

- 10- Amélioration de la connaissance des marchés et des clientèles (2010-2015)
- 11- Amélioration de l'accueil et de l'information des touristes (2010-2011)
- 12- un plan marketing pour une stratégie de marque des destinations touristiques sahariennes (2010-2011)
- 13- Renforcer la promotion auprès des marchés-cibles (2010-2012)
- 14- Modernisation de la fonction commerciale (2010-2012)

C/ Actions d'organisation

- 15- Réorganisation des entreprises touristiques (2010-2013)
- 16- Renforcer les capacités institutionnelles et juridiques (2011-2013)
- 17- Renforcement de la coordination opérationnelle des acteurs (2010-2013)
- 18- Moderniser la réglementation des professions du tourisme (2010-2015)
- 19- Piloter le processus de valorisation productive et commerciale (2010-2015)

Conclusion

Le code mondial d'éthique du tourisme de l'OMT précise l'importance de « promouvoir un tourisme mondial, équitable, responsable et durable ; se fixant des objectifs globaux et spécifiques ». A cet effet, il est primordial de :

- Préserver le patrimoine culturel et naturel du Sahara pour les générations futures.
- Promouvoir le tourisme comme un outil au service, de lutte contre la pauvreté et comme un facteur de valorisation du patrimoine.
- Impliquer les communautés locales dans le développement touristique de leurs régions.
- Mettre en oeuvre des projets touristiques éthiques, solidaires et économiquement efficaces.
- Mobiliser, sensibiliser et former les acteurs du tourisme (institutions, populations hôtes, touristes), en particulier les jeunes et aller jusqu'à intégrer la culture du tourisme dans les écoles.
- Identifier, protéger et valoriser le patrimoine saharien (Archéologique, architectural, espaces protégés, sites classés, savoir-faire, etc.).

En Algérie et vu les dangers encourus à proximité des frontières, les citoyens doivent être sensibilisés afin de se défendre et défendre le territoire en installant des dispositifs sécuritaires fiables pour la protection des citoyens et des touristes étrangers. Ces populations doivent être aussi actifs dans l'offre touristique à travers leurs contributions (servent de guides, produits d'artisanat, préservation du patrimoine).

En plus, il faut user des moyens offerts par la technologie pour promouvoir le tourisme saharien via Internet et mass média et utiliser les nouveaux outils du marketing (sites web, blogs, réseaux sociaux, sites de partage des vidéos, campagnes de e-mailing, ...). L'approche qualité/prix doit être également prise en charge pour attirer le plus grand nombre de touristes.

Tous les efforts doivent être déployés avec la contribution d'autres instances de l'état (Ministère du transport, Ministère de l'intérieur, Ministère du commerce, Ministère de la culture, Ministère de l'environnement, ...) car le tourisme est une affaire d'un pays et est une composante complexe de son économie.

Références bibliographiques

(1) - Site du Ministère du tourisme et l'artisanat, dernière consultation le 06/02/12. « <http://www.mta.gov.dz> ».

(2) - Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara Ezzedine Hosni ; UNESCO.
« unesdoc.unesco.org/images/0011/001196/119687fo.pdf »

(3) *www.algerie-dz.com* ,*Journal Liberté*

(4)- Conseil National économique et social ; Commission Perspectives de Développement Economique et Social. www.cnes.dz/euromed/tourisme%20final%2000.doc

(5) - Stratégie pour un développement durable du tourisme au Sahara Ezzedine Hosni ; UNESCO

(6) – Commission Perspectives de Développement Economique et Social

Mise en Œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique
-SDAT 2025-

(7) - Elaboration d'un plan stratégique de commercialisation des destinations des produits touristiques, Plan d'action, document ministère du tourisme.

(8) www.Maghrebemergent.info du 04 Mars 2012