

Le tourisme urbain en Algérie

Karima BENDERRADJ

Université Constantine 2

Résumé :

Dans sa relation avec le tourisme, la ville se trouve aux deux extrémités du processus : à la fois lieu d'impulsion du goût des voyages, mais aussi point de départ, lieu de passage, lieu d'arrivée ou de séjour.

La ville a été visitée pour des raisons qui fonctionnent toujours aujourd'hui : participer à la vie de société, visiter le patrimoine architectural et artistique, faire des affaires.

Bien que le tourisme urbain ne représente pas une nouveauté pour l'Europe ou pour quelques grandes villes nord-américaines, c'est récemment que le tourisme urbain est à l'ordre du jour dans de nombreuses contrées.

En Algérie, le tourisme longtemps marginalisé par la politique de développement, apparaît des la mondialisation de l'économie du marché comme le moteur principal de sortie de crise du pays. Mais, l'intérêt tardif pour le tourisme place aujourd'hui l'Algérie « hors-compétition » au sein d'un Maghreb-Machrek très attractif.

A l'échelle des villes, le tourisme n'est pas appréhendé, les espaces urbains bénéficieront des retombées de la politique touristique globale et de ses aspects culturels.

Cet article a pour objectif d'expliquer les rapports complexes qui existent entre la ville et le tourisme et s'interroger sur les raisons de la non prise en compte par l'Algérie du tourisme dans le champ de l'urbain.

I- Ville et tourisme :

Historiquement, la ville a inventé le tourisme et, de nos jours, le tourisme contribue à produire de l'urbanité, en ville.

Aux cours des dernières années, la ville est devenue la destination privilégiée des visites touristiques : la richesse architecturale, les événements culturels, les musées, les monuments, la cuisine, les cinémas, les théâtres, les stades et la population elle-même sont des attraits touristiques de la ville. « Comme lieu de convergence, d'arrivée et de départ des activités humaines, la ville a par essence une vocation touristique. Cette vocation repose en premier lieu sur la visite, mais pour aller au-delà pour accueillir aussi bien l'espoir de découverte que le souci de fuite » (Noisette. P, VALLERUGO.f, 1996, p.311.)(1)

Le tourisme urbain est un phénomène ancien qui, après ses heures de gloire, a connu une phase transitoire dans les années 60-70 au cours de laquelle il a accusé une forte régression, pour deux raisons essentielles : (Georges CAZES, Françoise POTIER, 1996, p.20.)(2)

1- Le fabuleux développement des vacances (grâce aux congés payés) fondait sur des valeurs très physiques (air pur, soleil, émancipation du corps) a véhiculé une image négative des villes.

2- Hormis les cités à la mode, le tourisme de ville avait comme motivation principale la visite à la famille.

Dans la majorité des pays européens, les années 80 ont été marquées par des changements rapides des pratiques touristiques qui se concrétisent par la diversification des destinations et leur internationalisation, par la diminution de la durée des séjours et par le fractionnement des congés.

Ces évolutions traduisent la progression rapide du tourisme de courte durée, évidemment encouragé par le développement technologique dans les transports à grande vitesse (autoroutes, avions et trains), qui réduisent le temps de transport et souvent le coût. Elles ont conduit à une croissance importante des flux touristiques vers la ville, principale destination du tourisme de courte durée.

S'il existe « un tourisme urbain », la singularité urbaine se conjugue avec la singularité de chaque ville : chaque ville étant différente, elle ne saurait se substituer totalement à une autre, contrairement à une plage, un port de plaisance ou un champ de neige.

Chaque ville touristique a une image, cette image peut avoir été façonnée par le temps ; elle peut encore être créée de toutes pièces de manière fortuite ou volontaire. Dans ce dernier cas, le travail de création d'image se fait très généralement à partir des points forts de l'image antérieure de l'intervention, montés en « arguments touristiques ».

La ville, fonde son fonctionnement touristique sur trois ressorts principaux : la redécouverte du patrimoine, le goût pour la modernité qui ne s'est presque jamais démenti et qui, s'exprime dans de grandes réalisations architecturales et urbanistiques (par exemple l'agence **architrip** à Paris propose au grand public et au professionnels de découvrir les réalisations architecturales des **XX^e** et **XXI^e** siècles les plus remarquables, à travers des visites guidées inédites dans la Métropole parisienne. Par exemple la villa **Savoie** de l'architecte Le Corbusier à **Polssy**.) , enfin, la participation à de grands événements qui permettent d'alimenter cette modernité urbaine et aux touristes de partager lieux et moments de la vie de la ville. (**Philippe DUHAMEL, Rémy KNAFOU, 2007, p.10**)(3)

Donc, l'originalité du tourisme urbain tient à la diversité de ses propositions, il traite des offres touristiques d'une ville (une unité urbaine, d'une manière générale). Il est à la fois un tourisme multi forme et complexe dont le développement dépend d'une réelle volonté politique. (**Philippe VERGER**) (04) les offres d'une ville peuvent être multiples. La ville, en effet, attire des touristes d'affaires et de congrès, d'agrément, à but culturel ou culturel... ce qui fait d'elle une entité complexe et multiforme. Un même touriste peut combiner plusieurs offres de la ville pour passer d'un tourisme d'affaire à celui d'agrément pour découvrir les spécificités culturelles et de loisirs de la ville et son art de vivre.

Philippe VERGER propose quatre segments potentiels des offres de la ville dans une optique de découverte/ divertissement :

- 1- culture/patrimoine (monuments, musées, théâtres, expositions)
- 2- Découvertes économiques (par exemple : sites industriels)
- 3- Art de vivre (gastronomie, festivals,...)
- 4- Nature sport (stades, piscines, parcs et jardins).

- Pratiques et consommations des touristes en ville :

Les pratiques et les consommations des touristes urbains présentent un large spectre, allant de la simple distraction aux réunions professionnelles.

Les pratiques culturelles sont les activités principales des touristes en ville et fréquenter les villes pour les héritages qu'elles recèlent n'est pas une nouveauté : c'était la raison principale qui animait les voyageurs du grand tour.

Le potentiel culturel au sens étroit s'appuie sur certaines sortes d'aménagement qui sont autant de repères qu'il est facile d'inventorier : les bâtiments qui constituent le patrimoine (architectural) hérité du passé, les différents espaces de conservations et de présentations des objets de toute nature, ainsi que les lieux où s'expriment la culture vivante (salles de cinémas, théâtres).

Saisies par l'obsession de la mémoire et la volonté de conserver les traces du passé, les sociétés contemporaines occidentales ont bâti ce rapport au passé et à l'héritage, résumé par le vocable de « patrimoine », lequel contient une référence importante à la dimension d'appartenance collective.

La ville a été affectée par cette évolution qui s'est traduite, d'une part, par la mise en valeur de nombre de ses lieux, et d'autre part, un désir renouvelé de les fréquenter. Autrement dit, les villes se sont patrimonialisées au moment où les opérateurs touristiques s'empressaient de saisir la balle au bond. **(Ph. DUHAMEL, R. KNAFOU, p.11)(05)**

Le terme « culture » par contre, peut, se comprendre dans un autre sens, plus large : elle est alors représentation du milieu qui nous entoure, action sur l'environnement, appropriation du cadre de vie. Environnement, cadre de vie qui sont essentiellement l'œuvre de l'Homme, et présentent des caractères urbains, ceux là constituent l'essence de la ville.

Toutefois, ce goût pour l'héritage n'est pas exclusif car, dans le même temps, les réalisations contemporaines sont également devenues de nouveaux motifs d'attrait touristique. Par exemple, « dans son agence de voyage appelée **Prague corrupt Tour** spécialisée dans la visite des monuments de la corruption, Petr Sourec fait participer des milliers de touristes locaux et étrangers à ses visites guidées, où on découvre les villas clinquantes des parrains tchèques, les édifices pharaoniques aux couts faramineux des maires peu scrupuleux, ou les équipements publics mégalomanes construits par les « copains » des hommes politiques, mais restés désespérément vides ou inutilisés » **(Le soir d'Algérie, 07/10/2013, p.9.)(06)**

Généralement, les touristes venant pour la première fois dans une ville se focalisent sur les aspects culturels et historiques. Ils vivent ce qu'ils ont lu. Les touristes revenant pour la seconde fois visitent la ville en sortant des circuits touristiques classiques et cherchent à s'intégrer à la vie des habitants par des pratiques festives : achats, gastronomies, visite de la ville sans but précis et les promenades à pieds sont les secondes activités des touristes dans une ville.

L'autre forme d'activité touristique est : les activités professionnelles qu'elles soient de congrès, de colloques, de séminaires, de foires d'expositions, de stage et de formation. Ces activités sont liées à des consommations dans la ville relativement bien typées selon la motivation professionnelle principale.

Enfin, les responsables des villes, ont compris qu'il était désormais indispensable d'entretenir l'intérêt au moyen de l'organisation de grands événements, généralement destinés

tout à la fois aux résidents comme aux touristes. En effet, aujourd'hui, il n'est plus possible de songer à animé la ville pour ses seuls habitants ou bien à concevoir des attractions pour les seuls touristes. Toute ville s'efforce désormais, avec des succès inégaux, d'afficher une dimension festive. Les métropoles y réussissent bien dans l'ensemble. Leur densité et leur diversité de population alimentée aussi par des touristes leurs permettent la multiplication des événements qui font d'elles des villes festives. **(Gravari BARBAS, 2009, pp.279-290.) (07)**

-la mise en tourisme des espaces urbains :

Aujourd'hui, la ville est redevenue une destination touristique de première importance mais, est ce que toutes les villes sont touristique ?

En effet, toutes les villes ne sont pas touristique en ce sens que toutes n'attirent pas un flux significatif de touristes, contrairement aux métropoles de niveau international celles la par définition touristiques : cumulant les trois clientèles (tourisme, congrès, affaires), un important hébergement marchand, une vie urbaine d'une grande animation, un renouvellement constant de leur attractivité. Elles jouent sur tous les tableaux, ce qui ne les empêche pas d'avoir à faire face à une compétition incessante, d'une part, avec les autres destinations métropolitaines (aussi bien pour le tourisme que pour les congrès) d'autre part, avec les grandes stations touristiques. **(Ph. DUHAMEL, R. KNAFOU, p.17)(08)**

Les relations de la ville au tourisme se distinguent des plus simples aux plus complexes. La situation la plus simple à décrire est la ville « touristifiée ». La ville livrée aux touristes, qui investissent son centre ancien, jour et nuit, toute l'année. On sait que ces villes tendent à se « muséifier », que les populations autochtones éprouvent une difficulté croissante à y vivre, et que par conséquent, la population permanente y diminue. La situation la plus complexe est, celle de la métropole touristique, où les processus en cours sont différents de ceux observés dans les villes touristifiées : d'abord, parce que le tourisme n'y est jamais un phénomène exclusif, même dans les quartiers où les touristes sont très présents et très visibles, ensuite parce que s'y opèrent actuellement des redistributions dans l'espace résultant à la fois de l'évolution des pratiques des touristes et des efforts accomplis par les acteurs du tourisme. **(Ph. DUHAMEL, R. KNAFOU, p.14) (09)**

L'appui des autorités locales pour le développement d'un tourisme urbain est impératif. Leur rôle consiste à mettre en œuvre les stratégies touristiques (choisir un positionnement et les offres qui y répondent), garantir les conditions pour les appliquer (infrastructures, équipements et personnel, notamment) et faire en sorte d'impliquer toutes les parties prenantes de la ville dans cette démarche et à leur tête les habitants.

Francisco CANDELA CASTRILLO trouve que le tourisme urbain se caractérise par : **(F.CANDELA CASTRILLO, Tourisme et ville, les nouveaux défis du tourisme urbain)(10)**

* Une offre de logement,

* Des niveaux de saisonnalités moins accusés,

* Un séjour moins large que celui d'autres destinations et produits (en particulier « soleil et plage ») et qui se situe autour de 2-3jours.

A cela nous pouvons ajouter que le tourisme urbain, activité en pleine expansion, est devenu récemment un enjeu économique important et joue un rôle croissant dans les politiques

de développement . A ces besoins nouveaux, aménageurs et responsables du tourisme doivent répondre par des actions nouvelles : **(G.CAZES, F.POTIER, p.8)(11)**

*Une incitation à la protection du patrimoine : les villes ont longtemps sacrifié leur héritage architectural et leurs espaces publics aux exigences de la production et de la circulation, à l'exception de quelques monuments prestigieux très tôt protégés. L'intérêt nouveau porté par les visiteurs aux constructions reliques de périodes variées- y compris récentes- a conduit à l'adoption des mesures de protection, souvent à l'initiative et sous la pression d'associations et de divers groupes privés.

Le patrimoine pour être valorisé, doit d'abord être rendu accessible, présenté, expliqué (par la signalétique, par la conception de plusieurs circuits visités).

*Une restauration minutieuse des édifices anciens protégés par des procédures spécifiques,

*Une réadaptation à de nouveaux usages.

Rappelons une évidence : il ne saurait y avoir développement touristique sans que viennent les visiteurs. De ce point de vue, les villes rejetées dans les périphéries lointaines et mal reliées ne bénéficient pas des potentialités qui sont celles des villes situées dans les périphéries proches. Ne serait-il pas possible de pallier par une action volontariste l'inconvénient qui constitue l'éloignement des axes touristiques ?

Encore, faudrait-il que la destination séduise suffisamment, c'est-à-dire qu'elle mobilise affectivement ou intellectuellement la clientèle potentielle ?

II- Le tourisme urbain en Algérie :

L'Algérie renferme un potentiel touristique riche et diversifié. Son passé touristique, son climat et géographie, en particulier le Sahara (parmi tous les pays qui se partagent le Sahara, l'Algérie est celui qui possède la plus grande partie), sa côte méditerranéenne (1200km) constituent l'essentiel de ce patrimoine. Au vu de ce potentiel repéré et reconnu l'Algérie devrait être un pays touristique au moins au même rang que celui des pays du Maghreb (Maroc et Tunisie) qui se situent globalement au même niveau de développement qu'elle.

Les chiffres récents du tourisme algérien décrivent une réalité loin de cette hypothèse, La part du tourisme dans le produit intérieur brut (hors hydrocarbures) est restée stable depuis plusieurs années. A partir de l'année **2008**, il est enregistré une croissance importante de **2,05%** de la part du **PIB** dans le secteur du tourisme, une stabilité pour les années **2009** et **2010** avec **2,3%** et une légère croissance pour l'année **2011** avec **2,4%**. **(ONS)** Le montant des recettes touristiques, au terme de l'année **2011**, s'est situé à **430** millions de dollars, soit une hausse de **7,5%** par rapport à l'année **2010**.

En dépit de l'accroissement des entrées touristiques ces dernières années, le montant en devises dépensé par les nationaux à l'étranger reste supérieur à celui des devises générées par les flux d'entrées des non résidents, comme explique le tableau suivant :

	2011
Recette du tourisme récepteur	430
Dépenses du tourisme émetteur	490

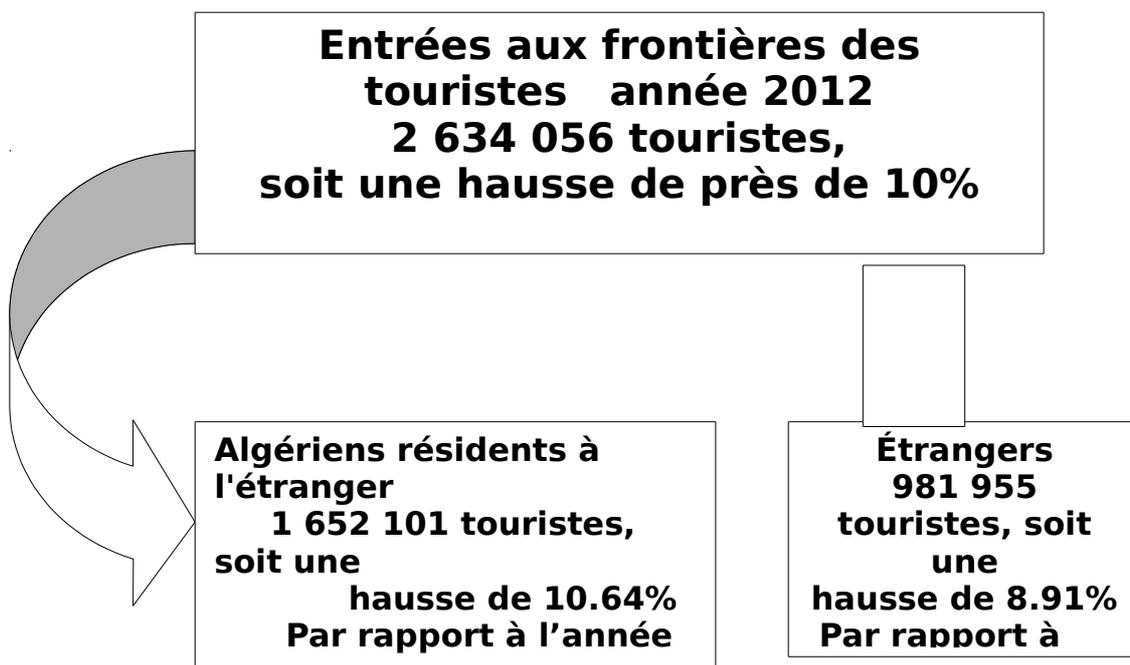
Source : ONS

A la fin de l'année 2012, on a enregistré 3 959 503 arrivées et 6 640 181 nuitées dans les hôtels, à travers le territoire national, avec une évolution de 5,24% par rapport à l'année précédente, comme explique le tableau suivant :

	2011	2012
Résidents	5 484 105	5 703 550
Non résidents	845 367	936 631
Total	6 329 472	6 640 181

Source : Ministère de l'artisanat et du tourisme (Directions du tourisme des wilayas)

Le schéma qui suit nous donne la synthèse des flux touristiques en Algérie pour l'année 2012, ainsi que le motif de séjour des touristes étrangers.



Motif de séjour des touristes étrangers
* loisirs et détente : 702 226 touristes, soit 71% du total des touristes étrangers, avec une hausse de 11,48%.
*Affaires : 276 404 touristes, soit 28,15% du total des touristes étrangers, avec une hausse de 3,22%.
*Missions : 3 325 touristes, soit 0,34% du total des touristes étrangers, avec une régression de 15,63%

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

Pour les pays de provenances de ces touristes étrangers le tableau suivant nous les classe par ordre d'importance.

Pays de provenance des touristes étrangers

par ordre d'importance

Principaux pays	Nombre de touristes	Evolution (%)
Tunisie	531 596	9,60%
France	119 518	6,48%
Espagne	33 049	17,82%
Libye	25 850	-9,66%
Chine	25 383	25,95%
Italie	23 070	20,61%
Maroc	21 125	22,69%
Turquie	10 369	7,42%
Portugal	7 257	29,96%
Sous total	814 566	
	981 955	8,91%

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

(Comme ca se montre) l'Algérie, aujourd'hui participe timidement au tourisme international et se résigne à occuper les derniers rangs de destinations touristiques au niveau du bassin méditerranéen.

Si on revient sur la politique touristique, on peut affirmer que l'Algérie a précisé ses préférences pour tel ou tel type de tourisme à des moments différents mais souvent de manière partielle. Ces choix sont souvent restés inappliqués ou, partiellement ou mal appliqués.

Le premier document fondamental élaboré par le secteur est la charte du tourisme de 1966 : celle-ci justifie l'importance du tourisme par ces impacts sur la création d'emplois, l'apport en devises, l'expansion régionale, l'équipement général et le progrès social. **(Hachimi MADOUCHE,2003,p.55)(12)**

La charte nationale de 1976 accorde la primauté au tourisme interne de masse et fixe les limites du tourisme international. La charte nationale de 1986 confirme globalement les choix de la précédente et affirme le caractère secondaire du tourisme international. **(Hachimi MADOUCHE,2003,p.55)(13)** Et après avoir été passé sous silence en 1991 et évoqué à demi mot en 1992, le tourisme occupe une place relativement importante dans les programmes des gouvernements approuvés à partir de 1994. **(Hachimi MADOUCHE,2003,pp.67-68)(14)**

Depuis 2001, dans une approche globale, l'Algérie cherche à promouvoir un tourisme de grands espaces par l'aménagement et la protection du littoral et des régions du sud. A l'échelle des villes, on estime de plus en plus « nécessaire de trouver des schémas de développement touristique qui intègrent la circulation et les transports, le patrimoine, les parcs et jardins, le tourisme littoral et le tourisme industriel. »**(Yasmina ARAMA, 2007, p.190.)(15)** Il est vrai que des opérations de requalification des espaces urbains ont été décidées dans les grandes villes algériennes, mais elles étaient plus du ressort des services de l'Etat que de l'initiative privée et du partenariat encouragée par l'ouverture à l'investissement, et par conséquent ne relève pas de projets urbains. Il n'y a pas à vrai dire une politique du tourisme urbain, et les villes algériennes à la différence de celles des pays développés, ne s'impliquent pas encore dans la gestion de leur territoire. » **(Yasmina ARAMA, 2007, p.192)(16)**

Que peut-on dire alors du tourisme en ville en Algérie ?

Le tourisme en ville apparaît comme l'une des performances du tourisme mondial que seules les villes dotées des fonctions et d'équipements à un niveau qualitatif élevé peuvent gérer.

A coté de ce schéma d'évolution, les villes appartenant à un système d'organisation traditionnelle (comme les villes algériennes) devraient nécessairement changer leur modèle de gestion si elles venaient à s'approprier une forme ou une autre de tourisme. » (Yasmina ARAMA, 2007, p.192.) (17)

Selon une étude algérienne sur l'image de marque de la ville, le tourisme en Algérie se caractérise par les points suivants :

- * les villes algériennes souffrent d'une mauvaise image à l'extérieur d'où logiquement une mauvaise attractivité,
- * les villes algériennes ne savent pas communiquer (à l'intérieur et à l'extérieur)
- * les villes algériennes sont peu connues à l'étranger (faible notoriété)
- * le potentiel touristique des villes algériennes reste Alger qui ne renvoie pas toujours à de bonnes associations.

En effet, dans le classement 2007 de **Mercer** (le rapport annuel de Mercer est établi pour fournir les données nécessaires aux compagnies internationales ainsi qu'aux offices diplomatiques au sujet de cout de la vie dans 143 pays) Alger est classée 50eme ville la plus chère au monde. (Selon l'indice Mercer sur la cherté de la vie qui se base sur les couts de l'immobilier, du transport, des produits alimentaires, des produits domestiques (électroménager, meubles) et les loisirs). Dans le monde arabe, Alger est la troisième ville la plus chère après Dubaï et Abu-Dhabi. (<http://my.algeria.com>)

Encore, dans un classement du groupe britannique **Urban Clean Environnement**, Alger est classée la troisième ville la plus sale au monde. L'étude mentionne que le manque de civisme des algérois est la raison de cette situation plus qu'alarmante (**Hamiche.A, 2008, le courrier d'Algérie**)(18)

-Réhabilitation de la ville algérienne une nécessité :

L'absence d'un droit urbain a contribué à un déficit juridique des villes, qui s'est traduit pratiquement par une croissance non réglementée des constructions et des aménagements peu cohérents. (La définition récente d'un statut de la ville (loi n°06-06 du 20 Février 2006 portant loi d'orientation de la ville)

La croissance non contrôlée des villes et le phénomène de périurbanisation sont à l'origine d'un processus de métropolisation qui se développe sur le mode de la crise. Le modèle mono centrique des villes, avec sur densification des centres urbains et sous-équipement des périphéries, n'autorise pas ou peu les aménagements touristiques d'envergure, tels que l'embellissement des centres urbains, la restauration des centres historiques ou la modernisation du réseau de transport...à moins d'étudier un système d'organisation spatiale qui harmonise le développement urbain et développement touristique.

Malgré l'importance du patrimoine archéologique et architectural des villes algériennes, la valorisation de celui-ci demeure insuffisante aux regards des exigences actuelles du tourisme. Bon nombre d'entre elles sont construites sur des sites exceptionnels, anciens relais antiques de l'époque phénicienne ou punique, comme ICOSIUM (Alger), RUSICADE (Skikda) et CIRTA

(Constantine). Le patrimoine architectural présente les mêmes caractéristiques que celui qui vient d'être évoqué, et sa réhabilitation est aussi coûteuse.

Les villes dans le monde comme nous le constatons, innovent et programment en permanence des animations, rencontres, et événements qui les distinguent sur le plan international. La patrimonialisation en Algérie élude souvent la question du loisir et du divertissement dont se nourrit essentiellement le tourisme urbain et que la politique algérienne tente de masquer par la réanimation de festivals traditionnellement célébrés, de Timgad et Tamanrasset par exemple et de grands événements culturels ou sportifs, comme le marathon des dunes à Timimoune ou celui de Hoggar. **(Yasmina ARAMA, 2007, p.198.)(19)**

Tous les lieux de loisirs et de distractions – théâtres, cinémas, casinos, bars et discothèques- à l'exception des stades et salles de sports ont presque disparu : la baisse de leur fréquentation a amené certains établissements à fermer leurs portes.

La culture locale, par exemple, maintient l'attractivité des villes du fait de la singularité du folklore, elle perd toutefois de son importance face à une culture à gros moyens et plus imposante, celle produite par le tourisme international.

Les villes touristiques sont sans conteste des villes mondiales, et de ce fait elles participent à la définition de critères et de normes du tourisme moderne. Or, comme nous avons pu le constater, l'Algérie, pour développer le tourisme doit s'engager dans une libéralisation économique et politique pour assurer l'investissement et le partenariat dont elle fait le moteur de la politique touristique. Et même à ce niveau les autres pays du Maghreb sont déjà des concurrents potentiels. Aujourd'hui, face à ces derniers, l'Algérie n'a pas les moyens de sa politique. **(Yasmina ARAMA, 2007, p.203.)(20)**

La mise à niveau du secteur touristique pourrait être en relation avec les projets de développement urbain et faire que localement le tourisme soit pris en charge à travers :

- * L'élaboration des schémas d'aménagement touristique urbain et de chartes de gestion intégrées du tourisme urbain favorisant la gouvernance touristique et le marketing urbain,

- * La création d'une police touristique en milieu urbain pour conserver et protéger encore plus les sites touristiques,

- * Le lancement de concours nationaux et internationaux, le premier pour la création des repères architecturaux et fonctionnels modernes. Le second pour des actions de préservations et de mise en valeur du patrimoine archéologique et historique,

- * La mise en place de quartiers typiquement touristiques,

- * la mise en place d'indicateurs, de banques de données et d'agrégats d'économie urbaine en général et du tourisme en particulier permettant d'évaluer l'activité du tourisme dans les villes.

Liste bibliographique :

1-Georges Gazes, Françoise Potier, le tourisme urbain, que sais-je, presse universitaire de France, Paris, 1996.

2-Gravari Barbas, la ville festive ou construire la ville contemporaine par l'événement, bulletin de l'association de géographes français, 2009, volume 86, numéro3.

3-Hachimi Madouche, le tourisme en Algérie, jeux et enjeux (point de vue sur les préoccupations actuelles), ed Houma, Alger, 2003.

4-Noisette Patrice, VALLERUGO Franck, le marketing des villes, les éditions d'organisation, 1996.

5-Philippe DUHAMEL, Rémy KNAFOU, mondes urbains du tourisme, les éditions BELIN, Paris, 2007.

6-Yasmina ARAMA , métropolisation et absence de tourisme : un état des espaces urbains en Algérie, les mondes urbains du tourisme, ed BELLIN , Paris, 2007.

*Les sites :

7-Ecotourisme :<http://www.ecotravelperu.com/espanol/intro.php3>

8-F.CANDELA CASTRILLO, tourisme et ville, les nouveaux défis du tourisme urbain, premières rencontres franco-espagnoles du tourisme, atelier n°4 : tourisme urbain : <http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/recherche/rencontres-fr/atelier4.jsp>

9-Philippe Verger, tourisme en ville et développement : l'engagement des collectivités ? Premières rencontres franco-espagnoles du tourisme, atelier n°4 : tourisme urbain : <http://www.tourisme.gouv.fr/fr/navd/mediatheque/recherche/rencontres-Fr/atelier4.jsp>

*Les articles de presse :

10-Hamiche A, classée 3^{ème} ville la plus sale au monde : Alger pleure sa blancheur, le courrier d'Algérie, 7 Septembre 2008.

11-Le soir d'Algérie, voyage en corruption en Tchèque, Lundi 07 Octobre 2013, p.9.