



Vers quelles formes de tourisme urbain pour la ville algérienne ?

HAMOUM-ABDAT Ouarda

Doctorante.Architecte-urbaniste

hamoum.w@gmail.com

&

ABBAS MANSOUR Leila, Professeur.

abbasmansourleila@gmail.com

Université des Sciences de la Technologique Houari Boumediene Alger (USTHB)
Faculté des Sciences de la Terre, de Géographie et d'Aménagement du Territoire (FSTGAT)
Laboratoire de Recherche et Études en A ménagement et Urbanisme (LREAU)

Résumé

Le tourisme urbain ou le tourisme en ville est un chantier stratégique pour les villes car il représente un potentiel indiscutable de croissance économique, de valorisation culturelle et identitaire forte des villes¹. C'est pourquoi il ne cesse d'intégrer, de plus en plus, les stratégies de développement économique et urbain et les villes européennes² engagées dans cette voie constituent de très bons exemples en la matière.

Malgré un développement urbain non maîtrisé des villes algériennes souffrant généralement de multiples dysfonctionnements et d'un manque d'image valorisante, celles-ci regorgent, selon E. Azzag³, de potentialités aussi bien patrimoniales que fonctionnelles. Selon cette auteure, pour ouvrir nos villes au tourisme urbain, il semble indispensable de mettre en place d'abord une réflexion holistique sur deux outils: un schéma de développement du tourisme urbain et un schéma d'aménagement urbain touristique pour permettre le repérage des atouts à mettre en œuvre mais aussi le repérage des lieux capables d'accueillir des offres touristiques nouvelles et sur les capacités de charge touristique admissibles.

Sur la base de ces propos, nous pouvons constater, d'une part que, malgré la mise en place d'une nouvelle stratégie de développement touristique à partir des années 2000, déclinée à travers un Schéma Directeur d'Aménagement Touristique à l'horizon 2030 (le SDAT) et la disponibilité d'une assise juridique avec la loi 01-20, beaucoup de travail théorique et de terrain reste encore à fournir pour garantir un développement d'un tourisme urbain qualitatif capable de faire de nos villes des destinations attractives voire compétitives. Et d'autre part, malgré le retard accumulé jusque-là dans le développement de ce secteur dans nos villes, cela reste une opportunité à saisir afin de défraîchir ce terrain encore vierge, tout en tirant profit des expériences étrangères et tout en s'engageant dans la voie de la durabilité pour ne pas mettre en péril notre capital touristique.

Sur ce point de durabilité, T. Yaya⁴ précise que l'enjeu n'est pas tant de savoir de quelle manière assurer le développement durable du tourisme, mais plutôt de voir comment le tourisme participe au développement durable de la ville. Ceci nous mène donc à questionner la stratégie de développement touristique de notre pays pour voir dans quelle vision s'inscrit-elle? Voir quelle place elle accorde pour le développement du tourisme

¹ Association du Dialogue Métropolitain de Toulouse, (2013), *Tourisme urbain, Tourisme en ville*, Actes de la journée d'étude du 04 décembre 2013, p.03;

² À l'instar de Venise, Rome, Florence, Paris, Londres, Berlin, Amsterdam, Prague, Barcelone, Cracovie, Fez, Dublin,.... et la liste peut s'avérer longue ;

³ Ewa Berzowska Azzag, (2006), *Etre l'éphémère et le durable, les enjeux du tourisme en ville* In "Le tourisme urbain, facteur de promotion de la ville", Actes du séminaire national, Alger le 17 et 18 Avril 2006, p.71;

⁴ Toufik Yaya, (2012), *Intégration du tourisme urbain dans les projets de villes, stratégies et enjeux. Expériences étrangères de Bilbao et Barcelone*, Mémoire de Magister, EPAU, 2012, p.99:



urbain ? Elle le prend comme une finalité ou un moyen? Quelles sont les formes qu'elle lui donne? Quels sont les outils ou les moyens; les mécanismes ou les méthodes mis en œuvre pour atteindre les objectifs tracés dans cette stratégie?

C'est à cette batterie de question et à d'autres en fonction de l'évolution de notre réflexion que nous souhaitons répondre à travers ce présent travail dans l'objectif de comprendre comment pouvant nous booster un tourisme urbain durable au sein de nos villes ou de nos systèmes urbains plus précisément. Pour y parvenir, nous nous appuyons sur une démarche à la fois analytique et critique en faisant un va et vient entre théorie et cas concrets.

Mots clés: Tourisme urbain, formes de tourisme urbain durable, stratégie de développement et d'aménagement touristique, attractivité, compétitivité, ville et système urbain, outils.

Introduction

L'Algérie a longtemps compté sur ses ressources en énergie fossile comme principales sources de revenus et a délaissé toutes ses autres ressources pour développer d'autres secteurs importants, porteurs de développement socio-économique à l'instar du tourisme. Mais dans un contexte de mondialisation et de globalisation des échanges, de compétitivité et de concurrence à l'attractivité, de crises et de raréfaction des ressources, le développement de ce secteur est devenu un enjeu vital pour l'économie algérienne, il s'affiche comme l'exige ce contexte et le soulignent les spécialistes, non plus comme un choix mais un impératif, voire même une priorité économique nationale.

Tout le monde peut converger sur un seul constat : *l'Algérie n'assume pas et n'assume pas un tourisme proportionnel à son potentiel*. Un potentiel naturel, culturel, thermal, historique civilisationnel et patrimonial, à la fois riche, diversifié, exceptionnel et éminemment reconnu. Bien que l'État algérien n'a pas cessé, depuis l'indépendance du pays en 1962, de mettre en place des programmes, des plans et des projets de développement et de relance de ce secteur stratégique, les résultats obtenus ont été largement en dessous de ceux escomptés. Si plusieurs facteurs sont à l'origine de cette situation¹, la chute drastique des prix des hydrocarbures en 1988 suivis de la détérioration de la situation sécuritaire à partir de 1990, ont fait échouer, selon OULD TALEB O. et TESSA A., toutes ces tentatives de développement.

Par ailleurs, la prise de conscience de l'État algérien et des différents acteurs économiques publics et privés de l'importance de développer le secteur du tourisme pour en faire une branche importante de l'économie dans une perspective double, de diversification et de substitution à une économie rentière entièrement dépendante des hydrocarbures, s'est manifesté avec acuité depuis deux décennies. Après un long processus de recherches, d'enquêtes, d'études, d'expertise et de consultation, une stratégie de développement touristique, traduite dans le Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique à l'horizon 2025 (le SDAT 2025), était donc adopté par le gouvernement algérien en février 2008. Avant d'analyser cette dernière, nous arrêtons d'abord sur le sens que rêver le concept du tourisme urbain pour pouvoir saisir son sens.

Le tourisme urbain

Devenu un phénomène planétaire en moins d'un demi-siècle, le tourisme urbain, un concept imprécis et flou, reste difficile à saisir. Une difficulté qui relève d'après certains auteurs de la

¹ Parmi ceux-ci nous pouvons citer : les séquelles sociales et psychologiques de la guerre de l'indépendance qui ont été à l'origine du caractère répulsif de la population algérienne vis-à-vis des étrangers, la place secondaire attribuée au tourisme dans une politique de développement industrielle industrialisante; le manque de moyens financiers et de compétences humaines à la sortie de la guerre, absence d'une stratégie à long terme;



faiblesse de la recherche sur le tourisme urbain¹, de la nouveauté de la revue de littérature le concernant²; de l'absence d'un domaine scientifique spécifique dédié à son étude et de la tendance des recherches privilégiant les cas d'études au détriment d'approches théoriques et méthodologiques. Néanmoins, l'importance de ce phénomène dans la société postmoderne suscite davantage l'attention aussi bien des professionnels que des académiciens.

Pour retracer ses fondements et sa genèse, les sociologues ont été les pionniers à s'intéresser au tourisme urbain en se penchant sur ses dimensions sociale et urbaine sous une approche culturaliste³. Plus que tout autre champ disciplinaire, la géographie a accordé au tourisme urbain un intérêt grandissant et les gros efforts de sa conceptualisation et théorisation sont l'œuvre des géographes anglo-saxons et français.

Paradoxalement, bien que le tourisme est étroitement lié à la ville et (historiquement) un phénomène fondamentalement urbain, il semble que les professionnels de l'espace urbain (urbanistes, les aménageurs, les architectes et les paysagistes) ont apporté très peu à cette dynamique scientifique⁴ qui essaye de saisir les contours d'un phénomène *dont il est reconnu aujourd'hui qu'il croise avec plusieurs autres champs de l'urbain* à savoir, avec les mobilités, l'urbanité, la recomposition des espaces et des réseaux urbains. Ce n'est que récemment, avec le renouveau du tourisme urbain et la revalorisation du statut du tourisme que ces spécialistes de la ville commencent à le voir, *non comme spécifique (éphémère, saisonnier), mais comme un « un genre commun » lié à la construction du monde*⁵. Bien qu'elle ait connu une croissance exponentielle depuis les années 1980, il n'est pas surprenant que la recherche internationale sur le tourisme urbain ne semble pas encore avoir atteint un stade de maturité capable de conduire à des conceptualisations solides. La difficulté de conceptualisation de ce concept relève selon B. KADRI de sa dominance, depuis les années 1980, par les interventions sur la ville (mise en spectacle) que par le développement de la réflexion scientifique sur le phénomène lui-même. Pour d'autres chercheurs, la difficulté à approcher ce concept, et au-delà, le phénomène lui-même nous renvoie à la difficulté à cerner les deux vocables qui composent la concaténation du tourisme urbain, à savoir celle du tourisme et celle de l'urbain ou de la ville. T. YAYA souligne que la complexité du tourisme urbain est à la mesure de celles des villes et des milieux urbains et qu'il y a donc, autant de *tourismes urbains* que de situations urbaines.

Le tourisme urbain est défini par de la Conférence nationale permanente du tourisme urbain en France créée en 1989, regroupant les villes de 20 000 habitants et plus comme étant « *l'ensemble des ressources et activités touristiques implantées en ville, stations mises à part, et proposées aux visiteurs extérieurs. De ce fait il concerne toute personne visitant une ville en dehors de son environnement habituel à des fins de loisirs, d'affaires et autres motifs* ». Mais il semble que cette définition institutionnelle est réductrice car selon B. KADRI elle est générale (les ressources et les activités), n'accorde pas de place à la dimension temporelle de l'activité (court séjour) et limite l'activité du tourisme urbain à la clientèle extérieure (internationale), en excluant la clientèle locale qui est d'une grande importance surtout dans les grandes villes ou les métropoles.

¹Cette faiblesse s'explique par la complexité du thème, à l'émergence rapide de problèmes de durabilité environnementale et sociale et à la difficulté que rencontrent les différentes disciplines pour rendre compte des tendances actuelles

² Les plus anciennes recherches datent uniquement de la fin des années 1980 et début des 1990;

³ L'américain Dean MACCANNELL (1973) et le québécois Marc LAPLANTE (1996)³ ont été les pionniers sociologues à mettre en avant l'approche culturaliste du phénomène touristique selon laquelle toute attraction touristique est une production culturelle.

⁴ Selon S.YAYA, l'absence ou la rareté du discours *urbanistique* sur le tourisme urbain selon est aussi manifeste.

⁵ B.KADRI



Pour beaucoup d'auteurs, la postmodernité est le *background* de l'émergence du tourisme urbain. En fait, le tourisme urbain est né au tournant du passage de la ville industrielle à la ville postmoderne qui a apporté une nouvelle façon de faire celle-ci, de la fabriquer en faisant émerger de nouveaux acteurs, de nouveaux usages, de nouvelles fonctionnalités et de nouveaux rapports. Il est né dans un contexte où la tertiarisation a remodelé la structure de l'économie urbaine en s'imposant de pair avec la ville post-moderne constituant ainsi un terrain favorable à l'émergence du phénomène du tourisme urbain et à son implantation d'une manière quasi-irréversible au cœur de la ville.

Son évolution est étroitement liée à la demande exponentielle très variée qui prend de plus en plus les besoins multiples des populations aux profils très diversifiés et aux motivations aussi variées que sont les ressources de la ville. Ainsi, les visites de musées, d'églises, de mosquées, l'assistance à des spectacles, l'usage de la ville pour y faire commerce et du shopping, rendre visite à des connaissances ou y traiter ses affaires tout on y adjoignant des activités distractives, la participation à des congrès et des colloques, au salon et aux foires et événements particuliers constituent les principales motivations ou motifs du tourisme urbain auxquels s'associent des formes multiples : tourisme d'agrément, tourisme de découverte, voyage personnel, séjours d'affaires,...

Concernant l'offre du tourisme urbain, celle-ci se construit selon E. AZZAG, sur une ossature des ambiances, des événements locaux ou des méga-événements. Sa qualité repose sur sa consistance et sa diversité et sur la disponibilité des infrastructures, équipements et services supports. Elle doit être par essence flexible à souhait, capable de changer d'objectif, multifonctionnelle ou au contraire, figée par le label fonctionnel connu et reconnu. Adaptable aux changements des besoins et des modes de vie, cette offre est tributaire de la disponibilité d'un certain nombre d'infrastructures, équipements et services qui participent à la durabilité urbaine et doivent suffisamment attractifs et performants pour être compétitifs.

Contrairement aux idées reçues qui réduisent le tourisme urbain à celui d'affaire, cette notion recèle une extraordinaire diversité des objectifs, pour lesquels des lieux spécifiques doivent être aménagés et des services pointus offerts¹. R. KNAFOU (2005) d'après T.YAYA(id.), souligne que « la ville et en premier lieu la métropole, 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, à nouveau, s'exprime dans de grandes réalisations architecturales et urbanistiques, enfin, la participation à de grands événements qui permettent d'alimenter cette modernité urbaine et au touristes de partager lieux et moments de la vie de la ville ». Les deux vocables de modernité et de festivalisation se retrouvent par la suite réunis sous le vocable de l'évènementiel.

Ainsi, nous comprenons que les principaux éléments sur lesquels se fonde le tourisme urbain sont le patrimoine et/ ou la culture, le goût de la modernité et l'évènementiel. L. AMI-MOUSSA, nous parle de facteurs touristiques propres à la ville qu'elle nous résume comme suit :

- **Le patrimoine bâti** : l'un des attraits principaux des villes ;
- **Les grands équipements d'affaires** : ils sont souvent polyvalents et ont des capacités pour abriter de grands événements qui drainent des influences considérables (les palais de congrès, les centres d'exposition,);
- **Les centres commerciaux multifonctionnels**: ils constituent depuis les années 1980 des points d'attraction du tourisme urbain ;

¹ A. AZZAG 2006

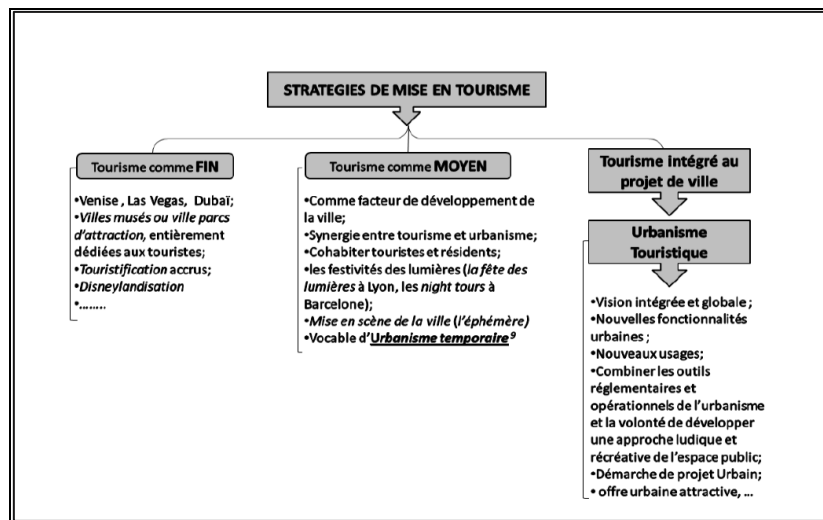


- **Les équipements ludiques:** tels que les casinos (jeux, argent), ce sont des équipements thématiques correspondant à certaines caractéristiques de l'espace d'accueil tels que les aquariums, les musées historiques ou de société, les musées portuaires, les parcs d'attraction. Ces équipements constituent une offre touristique urbaine ;
- **Les grands évènements :** ou les évènements phares qui deviennent de plus en plus pour les villes des occasions d'affirmer leur singularité touristique. Il s'agit alors d'en tirer le meilleur profit en prolongeant au maximum la période ou se déclinent de tels évènements (les expositions universelles, grandes manifestations ouvertes à un large public) ;
- **Le sport :** il est devenu un enjeu capital compte tenu des convoitises médiatiques et économiques qu'il engendre.

Ainsi, et comme le précise R. KAFOU(2014), le tourisme urbain est un phénomène mondiale ou la ville est prise dans sa globalité: son projet urbain, la qualité de vie et de sa gestion urbaine, ses atouts historiques en termes de patrimoines, de paysage, d'histoire, mais aussi son écosystème culturel, scientifique, son vivre ensemble. Il se situe le croisé des chemins entre la logique de marketing territorial ou de recherche de marqueur d'exception et des pratiques touristiques, fondatrices d'un nouveau type de tourisme plus en lien avec le projet urbain et les espaces publics, avec les évènements urbains. Plus encore, il est un carrefour des compétences culturelles, scientifiques, urbaines, des techniques de la mobilité et de la connectivité qui prend place dans l'écosystème de la ville.

Dans les stratégies de mise en tourisme des villes, le tourisme peut être mobilisé suivant l'un de ces aspects :

1. Soit comme une fin en soi comme c'est le cas des villes qui connaissent une touristification accrue. Dans de telle situation, l'urbanisme est appelé à plus d'ingéniosité afin d'éviter des dérives qui menacent la pérennité de ces lieux en tentant de diversifier les profils de leurs offres et d'intégrer le réseau des pôles de compétitivité spécialisés ;
2. Soit comme un moyen et un facteur de développement de la ville. Dans cet état de fait, l'idée c'est que les touristes et les résidents partagent les mêmes espaces en ville et utilisent et consomment en partie les mêmes services ;
3. Soit par son intégration dans un projet de ville appelé aussi projet urbain : ici le tourisme devient un modèle à réussir parce qu'il participe d'une vision intégrée et globale des nouvelles fonctionnalités urbaines et des nouveaux usages.





L'analyse de la stratégie de développement touristique de l'Algérie SDAT 2025

Le Schéma de Développement et d'Aménagement Touristique (le SDAT 2025) constitue le cadre stratégique de référence de la politique de « mise en tourisme » de l'Algérie. Il est l'instrument à travers lequel l'État algérien affiche sa vision du développement touristique national sur les différents échelons (court, moyen et long terme) dans une perspective du développement durable, ainsi que sa volonté de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays afin de devenir un pays récepteur et une destination d'excellence dans la région euro-méditerranéenne.

Le SDAT 2025 tire son essence de la stratégie nationale du développement et d'aménagement du territoire (le SNAT 2025) en s'inscrivant largement dans sa vision et en faisant partie intégrante de celui-ci¹. Le ministère du tourisme le définit comme étant « *un instrument d'aménagement permettant de développer la capacité contributive du tourisme à l'économie nationale dans le respect humain, identitaire, environnemental et patrimonial* » (In AMI-MOUSSA L., p. 21.).

Confectionné en six parties, le document du SDAT 2025 comporte un diagnostic qui traite l'audit du tourisme algérien, un plan stratégique avec cinq dynamiques et des programmes d'actions touristiques prioritaires, l'étude de sept pôles touristiques d'excellence, un plan opérationnel et de mise en œuvre, les projets touristiques prioritaires et il se termine par une synthèse générale.

Le SDAT 2025 veut se construire selon une démarche organisée, durable et opérationnelle. Ainsi, le développement du tourisme selon le SDAT (livre 2) ne se fait pas en ordre dispersé, mais en reposant sur une stratégie qui tire profit des atouts du tourisme algérien, de la demande et des attentes des clientèles nationale et internationale. D'ailleurs les principaux choix stratégiques du SDAT 2025 reposent sur l'intégration de ces principaux éléments :

- Le médiocre niveau d'activité touristique;
- La faible notoriété de la Destination Algérie;
- Le manque de sites structurés drainant un flux touristique élevé;
- La prise en compte de la concurrence régionale et méditerranéenne;
- La conciliation entre tourisme national et tourisme international. (livre 2)

Avec cette stratégie touristique comme le souligne OULD TALEB O. et TESSA A., l'Algérie cherche à se repositionner et se distinguer qualitativement et quantitativement sur le plan régional et international via une politique touristique offensive lui permettant d'asseoir une notoriété touristique et devenir une destination incontournable. Cette nouvelle politique touristique s'appuie avant tout sur la mise en valeur des régions et des territoires en se fondant sur leurs atouts et leur attractivité, tout en mobilisant les acteurs qui y vivent (SDAT 2025, livre 1, p.06). Aux cinq enjeux de la mise en tourisme de l'Algérie qui ont été identifiés (enjeux économiques, enjeux sur l'emploi, enjeux d'aménagement régional et de développement local, enjeux culturels, enjeux d'image), cinq objectifs qualitatifs à atteindre ont été donc fixés, à savoirs;

1. Faire du tourisme l'un des moteurs de la croissance économique en améliorant l'emploi, la croissance, la balance commerciale et financière et l'investissement ;
2. Impulser une dynamique par un effet d'entraînement sur les autres secteurs économiques (Agriculture, Artisanat, Culture, Transports, Services, BTPH, Industrie...);
3. Combiner promotion du Tourisme et Environnement;
4. Valoriser le patrimoine naturel, historique, culturel et cultuel du pays;

¹ Le SDAT 2025 est l'un des 19 schémas directeurs sectoriels définis par le SNAT 2025



5. Améliorer durablement l'image de l'Algérie.

Pour assurer un amorçage rapide et un déclenchement vertueux pour le tourisme algérien, le SDAT 2025 a mis en place un « Business Plan » composé des objectifs physiques (quantitatifs) et des objectifs monétaires que nous résumons comme suit :

Les objectifs physiques du SDAT2025

- ✓ En termes de nombre de touristes, à l'horizon 2015, l'objectif fixé était d'accueillir 2,5 millions de touristes arrivants par les frontières. À l'horizon 2025, ces objectifs sont de l'ordre de 11 millions de touristes algériens résidents et de 03 millions de touristes algériens non résidents ;
- ✓ En termes de capacité d'hébergement, en respectant les mêmes ratios que ses voisins (la Tunisie et le Maroc), l'Algérie prévoit la création de 75 000 lits de très bonne qualité. Pour les pôles prioritaires ces objectifs sont arrêtés à 40 000 lits au standard international dont 30 000 lits haut de gamme à très court terme et 10 000 lits supplémentaires à moyen terme;
- ✓ En termes d'emploi, 400 000 emplois (directs et indirects) sont à générer ;
- ✓ En termes de formation, 91 600 places pédagogiques à créer. Ces objectifs sont récapitulés dans le tableau ci-dessous ;
- ✓ En termes de projets, la réalisation d'une vingtaine de villages touristiques, de quatre parcs écologiques et de trois centres de soin, de santé et de bien-être sur la période 2008-2015¹.

Année	2007	2015	Multiplicateur
Nombre de touristes	1,7 millions	2,5 millions	x 1,47
Nombre de lits	84 869 à requalifier	75 000 lits de haut standing	159 869X1,8
Contribution au PIB	1,7 %	3% (estimée)	X 1,3
Recettes millions \$	215	1500 à 2000	X 7 à 9
Emplois (unités)	200 000	400 000 (directs et indirects)	x 2
Formation (places pédagogiques)	51.200	91.600	142.800

Les objectifs monétaires du SDAT 2025 (2008 à 2015)

- ✓ L'investissement total public et privé est estimé à 2,5 milliards de dollars US;
- ✓ L'investissement public et privé par lit (tous aménagement confondus) est estimé à 60 000 dollars US ;
- ✓ L'investissement public et privé pour les 40 000 lits à créer dans les sept pôles prioritaires est estimé à plus de 2,5 milliards de dollars US soit 350 millions de dollars US par année ;
- ✓ L'investissement matériel est estimé à 55 000 dollars US ;
- ✓ L'investissement immatériel estimé à 5 000 dollars US ;
- ✓ L'investissement pour gommer les déficits structurels du pays dans les sept pôles prioritaire nécessite un effort supplémentaire de 01 milliard de dollar US ;

¹ Voir leur liste en annexe 01 ;



- ✓ Avec un ratio de 15%, l'investissement des pouvoirs publics, tous ministères confondus, est estimé à 375 millions de dollars US sur 7 ans pour les sept pôles touristiques d'excellence, soit 54 millions de dollars US par an.

Pour concrétiser ces objectifs et mettre en route la stratégie algérienne de développement touristique, le SDAT 2025 a préconisé la mise en place une feuille de route composé de cinq dynamiques. Selon ce schéma, ces dernières constituent la voie rapide et durable de la mise en tourisme de l'Algérie qui peuvent être engagées séparément et/ou simultanément. Elles se résument comme suit :

1. **La valorisation de la destination Algérie** pour accroître l'attractivité et la compétitivité ;
2. **Le développement des pôles et villages touristiques d'excellence** par la rationalisation de l'investissement ;
3. **Le déploiement d'un plan qualité tourisme (PQT)** pour le développement de la qualité de l'offre touristique nationale intégrant la formation et l'éducation à l'excellence et aux technologies de l'information et de la communication en cohérence avec l'évolution du produit touristique dans le domaine ;
4. **La promotion de la transversalité et de la cohérence dans l'action** par l'articulation de la chaîne touristique et la mise en place d'un partenariat public-privé ;
5. **La définition et la mise en œuvre d'un plan de financement** opérationnel pour soutenir les activités touristiques et les promoteurs - développeurs et attirer les grands investisseurs nationaux et internationaux.

Le modèle d'aménagement touristique préconisé par le SDAT 2025

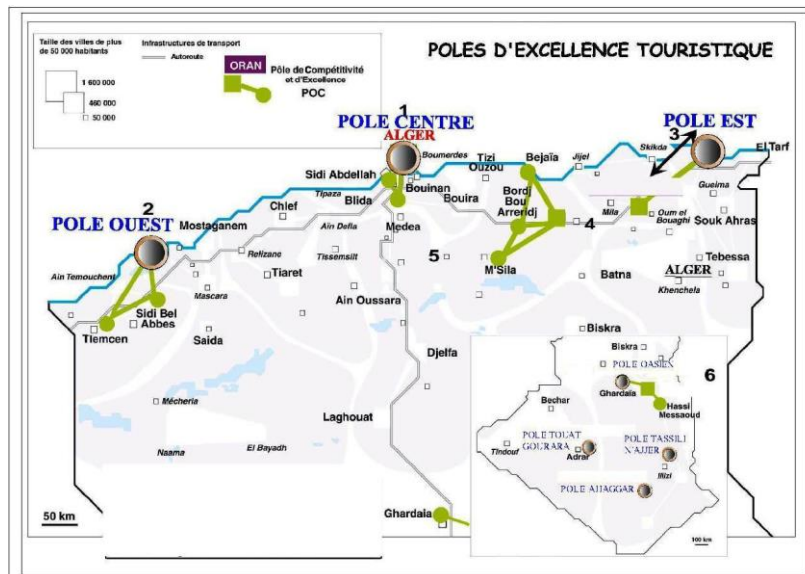
Deux logiques d'aménagement prévalent dans le schéma d'aménagement touristique algérien : celle de polarisation et celle de zonage. D'après le SDAT 2025, le tourisme ne peut être développé uniformément et également sur l'ensemble du territoire national, il doit s'organiser autour des pôles prioritaires. En effet, dans cette stratégie touristique SDAT 2025, l'Algérie a choisi comme variante d'aménagement le modèle de « pôle touristique d'excellence ». Ce choix se justifie par plusieurs raisons :

- C'est un concept fort dans l'économie du territoire et un outil largement utilisé dans l'attractivité et la compétitivité ;
- C'est un modèle reconnu par le marché touristique international ;
- Par sa nature, le pôle est un cadre de mise en réseau et en synergie des compétences, des connaissances, des métiers autant que de moyens (matériels et financiers) favorisant l'innovation et la création de valeur ;
- Éviter d'aller au tout tourisme;
- Concentrer les efforts sur certains sites et certaines filières ;
- Produire un effet de levier facilitant l'irrigation touristique de l'ensemble du territoire
- Permettre de structurer le territoire algérien et de façonner l'image de l'Algérie d'une façon active ;
- Construire de véritables « vitrines symboles » de l'émergence d'une Destination Touristique d'Excellence durable, compétitive, innovante, originale, et de qualité...

En partant de ces différents critères, sept pôles touristiques d'excellence (POT) ont été définis par le SDAT 2025(livre 2), à savoir :

1. **Le Pôle Touristique d'Excellence Nord-Est (POT N.E)** : Annaba, Tarf, Skikda, Guelma, Souk Ahras, Tébessa...
2. **Le Pôle Touristique d'Excellence Nord-Centre (POT N.C)** : Alger, Tipasa, Boumerdès, Blida, Chlef, Ain Defla, Médéa, Bouira, Tizi-Ouzou, Bejaia....

3. **Le Pôle Touristique d'Excellence Nord-Ouest (POT N.O)** : Mostaganem, Oran, Ain Temouchent, Tlemcen, Mascara, Sidi Bel Abbés et Relizane
4. **Le Pôle Touristique d'Excellence Sud-Est (POT S.E) "Oasien"**: Ghardaïa, Biskra, El Oued, Menéa...
5. **Le Pôle Touristique d'Excellence Sud-Ouest (POT S.O) "Touat-Gourara"** : les Routes des Ksour : Adrar, Timmimoun et Bechar
6. **Le Pôle Touristique d'Excellence Grand Sud (POT G.S) "Tassili N'Ajjer"** : Illizi, Djanet...
7. **Le Pôle Touristique d'Excellence Grand Sud (POT G.S) "Ahaggar"** : Tamanrasset...



Ce concept de "pôle touristique" est défini par le SDAT 2025 comme étant "une combinaison sur un espace géographique donné de « villages d'excellences touristiques¹ » doté d'équipements d'hébergement, de loisirs, d'activités touristiques et de circuits touristiques en synergie avec un projet de développement territorial". Celui-ci est multidimensionnel ; il intègre des logiques différentes : sociales, culturelles, territoriales et commerciales et résulte d'un croisement de plusieurs logiques :

- ✓ Une logique de filières (filières symboles touristiques de l'identité algérienne) ;
- ✓ Une logique de potentialités de développement du site (infrastructures minimales, atouts touristiques avérés,...)
- ✓ Une logique foncière (disponibilités foncières : zones et plateforme d'expansion touristique) ;
- ✓ Une logique territoriale (répartition spatiale équilibrée des activités sur le territoire national).

Toujours selon le SDAT 2025, le pôle touristique d'excellence est centré sur une thématique principale (tourisme saharien, tourisme balnéaire, tourisme de Soins et de santé) pour la cohérence de son positionnement mais il renvoie également à d'autres thématiques pour éviter d'être monofonctionnel. C'est pourquoi chaque pôle touristique d'excellence doit prioriser les filières porteuses et dominantes à développer, doit privilégier la mixité, doit avoir son identité

¹ Ces villages touristiques peuvent être assimilés à des unités touristiques;



et il ne doit en aucun cas être un "lieu clos" pour jouer son rôle de levier de développement. Les objectifs qui lui sont assimilés peuvent être résumés en cinq points :

1. Faciliter la compétitivité, l'attractivité et la durabilité des territoires ;
2. Développer selon leur atouts les différentes filières touristiques : tourisme balnéaire, le tourisme de ville et d'affaires, le tourisme saharien et de randonnées, le tourisme de soins, de santé et de bien-être, le tourisme culturel et culturel, le tourisme de niche ;
3. Permettre une bonne articulation des différentes composantes touristiques et une intégration des activités sociales et économiques sur tout le territoire du pôle ;
4. Garantir l'excellence de l'image de marque de la nouvelle destination Algérie ;
5. Insérer la population locale.

Par ailleurs, le périmètre géographique d'un pôle touristique d'excellence peut intégrer une ou plusieurs zones d'expansion touristique ZET. Ces dernières sont définies comme suit : "Peut être déclarée zone d'expansion touristique (ZET), toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines ou récréatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique, et pouvant être exploitée pour le développement au moins d'une ou sinon plusieurs formes rentables de tourisme"¹.

Sur le plan spatial, la ZET représente un espace propice au développement des activités de tourisme et de loisir, à côté d'autres formes d'activités éventuelles considérées comme étant compatibles et complémentaires au tourisme.² LA ZET est constituée d'une zone constructible, dite zone aménageable, et d'une zone de protection. Son découpage a été réalisé sur la base de la situation géographique et en fonction des exigences et du type d'aménagement à effectuer.

174 ZET ont été définies dans le premier zonage de 1988³ dont 02 déclassées en 2004⁴. Une nouvelle opération de création, de délimitation et de classement de ZET/ZEST a été initiée par le SDAT 2025 ce qui a donné suite à deux ZEST classées (Zelfana 2 et Hammam Bouhadjar) en juin 2009 ; à 31 nouvelles ZEST délimitées en avril 2010 pour avoir au total 205 zones d'expansion touristique (ZET) et zones d'expansion et sites touristiques (ZEST) en 2015. Ces ZET occupent une superficie globale de l'ordre de 53.132,63 Ha, elles sont réparties sur le territoire national comme suit : 155 ZET balnéaires, 30 ZET sahariennes, 11 ZET climatiques et 09 ZET thermales.

La place du tourisme urbain dans le SDAT 2025

Avec l'audit du tourisme algérien le terrain semble être bien défraîchi, préparé et prêt pour la mise en tourisme de l'Algérie⁵. Une refondation ou une restructuration du secteur du tourisme algérien s'est imposée. En tant que nouvel entrant dans le marché touristique à forte concurrence, l'Algérie doit donc diversifier son offre touristique et l'adapter à la demande de sa clientèle afin que *l'activité touristique soit moins vulnérable, plus réactive et plus flexible face aux retournements du marché et à sa volatilité*. Elle se doit donc :

- **De diversifier les destinations (Sud, littoral), les produits, les partenaires et les promoteurs afin de ne pas être otage d'un seul choix, ou d'un seul produit ;**
- **D'aller vers de nouvelles niches d'excellence et de qualité constitutives du tourisme moderne**

¹ Définition selon le décret 66-75 du 04-04-1966 portant application de l'ordonnance n 66-62 du 26 mars 1966 relative aux zones et sites touristiques In ALLOUI-AMI MOUSSA L., op.cit., p, 25;

² ALLOUI-AMI MOUSSA L., op.cit., p, 25;

³ Par le décret n 88-232 du 25 Rabie El Aouel 1409 correspondant au 05 novembre 1988 ;

⁴ Il s'agit des ZET appelées PLATEAU et PUIT déclassées par le décret n 04-398 du 23 Chaoual 1425 correspondant au 06 décembre 2004 ;

⁵



Avec la philosophie des pôles touristiques d'excellence qui s'appuient dans leurs logiques de conception sur la valorisation de leurs multiples potentialités touristiques permettant ainsi de développer les produits et les filières les plus représentatifs et les mieux adaptés à la demande, l'Algérie organise sa nouvelle offre touristique autour de six filières qu'il s'agit de promouvoir simultanément ou séparément, à savoir :

1. Se positionner de manière offensive sur **le segment littoral méditerranéen : le Plan Bleu**/ Annaba, Jijel, Bejaia, Boumerdès, Alger, Tipasa, Mostaganem, Ain-Temouchent, Tlemcen...
2. Promouvoir le **tourisme saharien et de randonnée : un Produit d'Appel** / Biskra, El Oued, Ghardaïa, Djinet, Tamanrasset, Touat, Gourara, Bechar, Naâma, El Bayedh,
3. Développer le **tourisme de villes et d'affaires et "autour des grandes métropoles" : Plan Tourisme Ville** /Annaba, Constantine, Alger, Oran, Ghardaïa... ;
4. Moderniser le **tourisme de soins, de santé et de bien être** : Guelma, Biskra, Blida, Ain Defla, Mascara, Saida ;
5. Initier le **tourisme culturel, culturel et événementiel** : Tébessa, Souk-Ahras, El Tarf, Batna, Sétif, Tipasa, Illizi ;
6. Opter délibérément et durablement pour un **tourisme de niche** afin de valoriser des activités à forte valeur ajoutée : golf, raid, nautique...

Ainsi, à la demande nationale du tourisme qui se caractérise par de nouveaux besoins et de nouvelles attentes en termes de modernité, d'urbanité et de loisirs à des fins de détente et surtout de divertissement, l'Algérie prévoit dans sa stratégie touristique :

- Le développement d'une offre structurée de tourisme balnéaire adaptée aux besoins des familles algériennes ;
- Le développement d'une offre de tourisme thermal pour qu'elle prenne sa place dans le marché national du tourisme de soin et de santé ;
- Le développement des espaces de divertissement intra et périurbains pour les jeunes.

À la demande internationale du tourisme qui se caractérise par quatre aspects : la recherche de l'authenticité, la quête de l'épanouissement personnel et collectif, la sensibilité de plus en plus au tourisme équitable et l'harmonisation des motivations et des services proposés, l'Algérie prévoit :

- Le développement d'un réseau de relais-étapes sur les grands axes routiers ;
- Le développement en priorité des thématiques plus porteuses pour les bassins émetteurs européens et en se positionnant en priorité sur :
 - ✓ Le tourisme balnéaire ;
 - ✓ Le tourisme saharien ;
 - ✓ Le tourisme culturel ;
 - ✓ Le tourisme urbain et d'affaires ;
 - ✓ Le tourisme de niches.

Par ailleurs, le SDAT 2025 a dressé un ensemble de thématiques et d'actions à développer pour chacune de ces six filières touristiques répertoriées dans des tableaux. Nous nous contentons ici en lien avec notre objectif de rapporter celles liées au tourisme urbain qu'il qualifie de tourisme de ville et d'affaires, et celles liées au tourisme culturel, culturel et événementiel pour pouvoir les analyser.



Les thématiques	Les actions
Les loisirs péri-urbains	Parcs d'attraction thématiques Espaces verts ludiques (bases de loisirs) Equipements sport/Loisirs (centres de remise en forme, centres aquatiques, bowling, soccer, laser game...) Structuration de l'offre nocturne (discothèques, salles de spectacles, espaces concerts)
Le fun shopping	Sur le triptyque : ✓ Restaurants ✓ Commerces ✓ Complexes de loisirs (cinémas par exemple)
Le tourisme d'affaires	Le cœur de l'offre: congrès, séminaires, colloques, salons L'offre complémentaire: Le team building, l'incentive, la découverte urbaine, la découverte économique
La découverte des cœurs de villes	Des itinéraires de découverte autour de: la culture, l'histoire, les musées et les monuments historiques, le patrimoine bâti, les parcs à thème et jardins, les quartiers, les casbahs. Les fêtes et les événements durant l'année
Les thématiques	Les actions
Les sites historiques	Mise en valeur et en lumière des sites antiques et des sites archéologiques. Politique de préservation Création de circuits
L'offre muséographique	Schéma national de structuration et d'enrichissement de l'offre actuelle Mise en réseau des musées Politique active de promotion pour la population Politique de vulgarisation et de pédagogie vis-à-vis des scolaires
Sites commémoratifs	Développer le tourisme de mémoire
Découverte des sciences et des techniques	Structuration de l'offre autour d'espaces forts comme: ➤ Les planétariums ➤ Les palais des sciences ➤ Les espaces thématiques comme la Cité des insectes, le Centre de découverte des écosystèmes, le Monde de la géologie... Créer un réseau de Maisons du patrimoine et d'Eco-musées pour les métiers à préserver
L'offre culturelle et festive Le tourisme culturel Le tourisme culturel	Structurer l'existant et faire connaître d'abord aux habitants et dans un second temps aux touristes Développer les grands rendez-vous avec la mise en place d'un schéma national de l'événementiel autour de moments forts comme: • Le festival du cinéma du monde arabe • La semaine de l'Environnement : l'eau et la vie • la journée de la côte • La Biennale du carnet de voyage africain • Les courses d'orientation • Planète Raï, R and B L'Algérie peut appuyer sa mise en tourisme sur de nombreuses fêtes locales traditionnelles et événements culturels assurant une veille permanente, un marquage dans la mémoire du visiteur. Ces fêtes sont également des supports possibles à la valorisation d'un tourisme culturel et culturel ou de mémoire comme : • Mawlid El Nabaoui • Zaouïa Tidjania à Ain Madhi • Saint Augustin

À l'instar de ce qui précède, nous pouvons constater que :

- Le développement du tourisme urbain est relégué à la seconde position dans le SDAT 2025. Ce sont le tourisme balnéaire, le tourisme saharien et le tourisme culturel qui sont privilégiés dans cette stratégie touristique comme des segments importants et plus porteurs à court, moyen et long termes.
- Tel qu'il est compris et conçu dans cette stratégie, le tourisme urbain est réduit au loisirs, aux commerces, au tourisme d'affaire qui constitue le cœur de cette offre.
- L'offre culturelle est très peu associée au tourisme urbain. celle-ci ne constitue pas un pilier majeur de l'offre touristique urbain comme il est souvent le cas dans d'autres destinations. Selon T. YAYA, par *tourisme culturel*, les autorités algériennes mettent



en relief l'authenticité et l'originalité de l'offre touristique Algérienne et sa dimension civilisationnel profonde et sa vocation culturelle, artistique et esthétique avérée. L'artisanat est le maître-mot et, est appréhendé comme moyen d'expression du savoir-faire et du génie populaire. On est donc loin, du sens que l'on donne à cette forme de tourisme, telle qu'elle est appréhendée en milieu urbain.

- La lecture approfondie des différents documents composants le SDAT 2025 révèle que cette stratégie est loin des préoccupations des villes algériennes et que rien ne semble avoir changé localement et tout reste à faire en matière de tourisme urbain. *Comme tous les autres types d'espaces, les espaces urbains, c'est à dire les villes, bénéficieront des retombées de la politique touristique globale.*
- Le "Plan Tourisme Ville" dédié aux grandes villes du pays (Annaba, Constantine, Alger, Oran, Ghardaïa) n'est pas explicite, aucune stratégie ni offre détaillée, il est réellement loin de relever d'une politique de tourisme urbain.
- Selon ARAMA et d'après T. YAYA, la volonté de mise en tourisme de l'Algérie s'inscrit dans le processus global des restructurations multiples des différents secteurs de l'économie du pays et de la mise à niveau tout azimut, qui malheureusement, demeure inachevée et d'égale importance. Ainsi les villes algériennes, à la différence de celles des pays développés, ne s'impliquent pas encore dans la gestion de leurs ressources ou de leur territoire.
- Au regard des typologies des ZET projetées, balnéaires, sahariennes et climatiques, le tourisme est approché par l'échelle des grands espaces et non pas par l'échelle de la ville, ainsi nous confirmons que le tourisme urbain, telle qu'il est connu ailleurs et que nous avons essayé de comprendre plus haut, n'est pas appréhendé dans le SDAT 2025.

La ville algérienne est-elle propice au développement du tourisme urbain?

Le tourisme urbain est tributaire des lectures que font les touristes des villes qu'ils visitent. Il est étroitement lié aux représentations des touristes et à l'image mentale qu'ils font de leur destination¹. Qu'elle soit durable ou définitive, cette image mentale se forme à partir des éléments tout à fait éphémères: ambiances urbaines, prouesses architecturales, événements scénographiques ponctuels innovants ou, tout simplement, la qualité d'accueil et des services (E. Azzag, 2006). En lien avec ces points, l'image ou le portrait de la ville algérienne est malheureusement triste, à savoir celui de ville anarchique, fragmenté, monotone, brutale, sale,... Ainsi, la réalité de la ville algérienne qui essaye, bon gré mal gré, de se lancer dans de un tel processus de mise en tourisme est en sa défaveur si nous penchons de plus pré sur les retards accumulés dans plusieurs domaines.

En effet, de ville riche en créations urbaines et architecturales audacieuses hier² (E. Azzag, 2006) à un apparent chaos urbanistique et architectural aujourd'hui qui explose. De nombreuses études scientifiques et l'expérience pratique du terrain démontrent l'ampleur des problèmes que vit aujourd'hui la ville algérienne, quel que soit sa taille ou sa situation géographique, et qui concernent aussi bien sa structure et son fonctionnement, que son image, sa sécurité, sa planification et sa gestion. (E. Azzag, 2011)

¹ ville patrimoniale, ville verte, ville douce, ville durable, ville accueillante, chaleureuse, propre, ...

² Nous pouvons illustrer ces propos par les différentes productions architecturales et urbaines ingénieuses que nous aïeux nous ont légués : les médinas (celles de Constantine, de Tlemcen), les casbahs (celle d'Alger, de Bejaïa), les ksour (ceux de Biskra, de Ghardaïa), ...



On parle de villes malades¹ qui souffrent de plusieurs maux ou de problèmes urbains qui se généralisent, s'étendent et se multiplient à l'infini : inconfort, malaise sociale, essoufflement économique, épuisement des ressources naturelles, pollution et nuisances, perte d'identité,.....

Rien que sur la ville d'Alger, E. Azzag nous dresse un bilan qui fait froid au dos : "*étalement spatial anarchique, saturation des réseaux techniques, épuisement des ressources (eau, énergie), vulnérabilité accrue aux risques majeurs naturels et technologiques, nuisances sonores, inefficacité et insuffisance des transports en commun, dégradation du cadre bâti, destruction progressive du patrimoine naturel, ruptures fonctionnelles, déséquilibres structurels, fragmentation sociale et dégradation du niveau de vie. La Casbah en ruine. L'architecture chaotique des extensions périphériques, en patchwork désordonné des formes, des matériaux, des couleurs, qui n'obéit à aucune des lois de composition urbaine admises. Les clôtures qui s'érigent en gardiens de la médiocrité, les barreaux aux fenêtres, les loggias et balcons jadis coquets bricolés en pièces supplémentaires, des cités périphériques sans âme*".

Que dire alors des autres villes qui ne jouissent pas du même statut de capitale? Justement, les villes algériennes n'arrivent plus à soutenir le rythme des changements et répondre aux exigences nouvelles que leur imposent la pression démographique, les changements de modes de vie, la mondialisation et la globalisation des échanges économiques, culturels, scientifiques et technologiques. Elles s'essouffent, polluent, usent et abusent de leurs ressources vitales, détruisent leurs héritages patrimoniaux, banalisent leur image, briment les rares initiatives citoyennes de participation dans la vie urbaine, freinent les dynamiques économiques positives et, en fin de compte, au lieu de s'autoréguler, elles s'autodétruisent à petit feu².

On parle aussi et tout simplement d'échec. Pour A. Hadjiedj ce n'est pas du fatalisme de dire aujourd'hui, avec certitude, que l'expérience algérienne dans le domaine de la gestion des villes concernant les trois décennies précédentes, affiche clairement un échec. En soulignons plusieurs points qui ont mené la ville algérienne à cette situation, il précise qu'avec la diminution de ses valeurs normatives de plus de 50 % durant ces dernières décennies, la ville algérienne est devenue un terrain favorable à la précarité socio-urbaine. Il nous parle alors de croissance urbaine dans tous les sens, d'une ville en dehors de la ville particulièrement dans les grandes métropoles du pays, d'une consommation abusive de l'espace agricole et de construction quasi anarchique sans pour autant s'inspirer ni de plans, ni de normes ni de stratégie quelconque, de problèmes cruciaux de mobilité dégradant ainsi la qualité de vie, d'absence ou de limitation à un plus bas niveau d'une vie de proximité dans les quartiers laissant ainsi place à l'exclusion, à l'isolement et aux maux sociaux,.....

E. Brossard nous précise qu'aucun lien avec le paysage quelle qu'en soit l'échelle n'est intégré. L'auteure montre de doigt le manque cruel ou l'absence d'intégration des programmes massive de logements dans leur environnement naturel et souligne que la typologie architecturale actuelle est loin de considérer un espace extérieur attenant de qualité.

Même réalité relevée par le SNAT 2025 en précisant qu'avec la transition urbaine qu'a connue le pays ces dernières années, l'urbanisation s'est généralisée sur l'ensemble du territoire national³ et les villes ont connu de profondes mutations. Cette croissance s'est vue accompagnée d'une dégradation du cadre de vie, marqué par l'étalement de tissus urbains non

¹ E. AZZAG(2006)

² E. AZZAG, Urbanisme de demain: autre regard, autres outils, Assises Nationales de l'Urbanisme, MHU, Palais des Nations, Alger, 19&20 juin 2011

³ L'Algérie compte 751 agglomérations urbaines dont 91 % situées aux Nord et Hauts plateaux, quatre métropoles (Alger, Oran, Annaba et Constantine), 33 villes de plus de 100 000 habitants et un taux d'urbanisation de 66 % en 2011 qui va atteindre 79 % d'ici 2030 ;



structurés et mal équipés, et par l'abandon des centres anciens conduisant à la marginalisation de quartiers entiers, à la prolifération de l'habitat précaire (10% du parc de logement, en moyenne) et illégal, ainsi qu'au développement des problèmes liés aux déplacements, aux transports, à la pollution et à la vulnérabilité aux risques majeurs. Avec la tendance de croissance d'urbanisation (79% d'ici 2030), les conséquences sur les systèmes urbains peuvent s'alourdir encore surtout si en leurs rajoute ceux du changement climatique et des risques naturels tels les séismes et les inondations qui nous guettent de près. Ainsi, la ville algérienne se trouve face à des défis énormes et multiples, à la fois économiques, sociaux, environnementaux, structurels, fonctionnels, urbains, institutionnel, financier, de management et de gouvernance,

Si les causes de ce désastreux bilan sont bien évidemment multiples, l'urbanisme est montré de doigt, lors des assises de l'urbanisme tenues à Alger en 2011, comme l'un des principaux coupables. Benabbas kaghouché S.¹ souligne que nos villes souffrent en premier lieu de défaillances au plan de l'urbanisme et de l'architecture et de la maladie des grands ensembles. E. Azzag² souligne que la ville est malade de son urbanisme. L'absence d'une institution capable de guider ce bateau ivre n'est pas écartée de ce jugement. Selon A. Hadjiedj, il serait absurde à cet égard de croire que les villes peuvent être gérées territorialement sans institution assurant la transversalité des actions de développement. Pour E. Azzag, la quasi-répétitivité de problèmes énumérés dans les villes de l'ensemble du territoire national démontre bien que leur cause principale réside dans une absence, jusqu'à très récemment, d'une politique de la ville capable de mettre en place une véritable stratégie de développement urbain, en harmonie avec le développement du milieu rural.

Pour redresser cette situation, finir avec la médiocrité et la précarité, renverser l'image négative, pour que la ville algérienne puisse jouer véritablement son rôle de moteur de développement, il faut agir vite et relever les défis. Il serait injuste de ne pas reconnaître les efforts considérables qui ont été engagés durant ces dernières décennies pour atténuer les difficultés, améliorer la qualité de vie et résoudre les nombreux problèmes dont souffrent nos milieux urbains.

À l'enjeu de la maîtrise de la croissance urbaine et celui de développement qualitatif de la ville, le SNAT 2025 a préconisé une stratégie pour la ville qui a pour objectifs la qualité, la compétitivité, l'attractivité et la durabilité, et pour axes :

1. Assurer la qualité et la rénovation urbaine ;
2. Développer et accueillir les activités économiques d'avenir ;
3. Préserver et valoriser l'écosystème urbain ;
4. Mettre la ville hors risque ;
5. Économiser les ressources naturelles ;
6. Maîtriser la gestion urbaine ;
7. Lutter contre les exclusions et les marginalisations.

Sur les 20 PAT de cet instrument de développement et d'aménagement national, 14 PAT concernent directement la ville comme moteur d'action. Mais hélas, après quelques années, il y a toujours absence de stratégie de développement urbain.

Finalement pour éviter d'aller droit à l'impasse, il faut absolument agir en profondeur pour modifier les pratiques et les méthodes de l'encadrement institutionnel, juridique ou réglementaire, de la planification, de la conception et de la réalisation, de la gestion de la cité, de la formation des cadres et de la société civile et surtout il faut changer de cap, canaliser et

¹ Benabbas kaghouché S. p.60

² E. Azzag P.115



encadrer suffisamment les efforts. Ce ne sont pas des opérations d'embellissements superficiels, de maquillages, de requalification et d'amélioration urbaine et de projets ponctuels dont la ville algérienne a besoin aujourd'hui mais d'un véritable projet de société. *Ce n'est pas à coup de règlement que nous allons changer les choses. C'est en changeant totalement la démarche et en mobilisant l'ensemble des efforts de la société autour d'un projet de ville, que nous pourrons faire le premier pas pour s'accorder sur un projet de société.*

La réalité de la ville algérienne et le portrait pessimiste tel qu'il a été dessiné ci-haut montre qu'elle ne rassemble pas les ingrédients nécessaires pour sa mise en tourisme. Pour prendre place dans le processus de mondialisation et de compétitivité qui ne cesse d'accélérer et d'éviter d'être exclue à jamais, la ville algérienne doit impérativement se lancer dans une mise à niveau générale comme l'ont déjà bien fait les villes touristiques du monde. Aujourd'hui le critère qualitatif, largement dépassé par ces dernières, laisse place à d'autres critères tels que l'innovation, la surprise, l'audace architecturale, que celle-ci soit formelle, technique ou technologique. Encore une autre fois, nous sommes, malheureusement, en retard.

Pour montrer ce retard, E. Azzag se questionne sur le nombre des œuvres architecturales extraordinaires que peut se prévaloir l'Algérie d'aujourd'hui, à l'instar de la bibliothèque d'Alexandrie, du musée Guggenheim de Bilbao, de la grande mosquée de Casablanca, de la tour d'affaire intelligente à Londres ou Séoul, de la gare de TGV à Barcelone, qui ont marqué notre temps et qui ont changé l'image des villes? Elle se questionne sur le nombre d'opérations de renouvellement urbain audacieuses qui ont vu le jour en Algérie, à l'image des restructurations récentes de Barcelone, de Londres, de Marseille, de Berlin, du Caire, d'Athènes? Sur le nombre de villes algériennes qui ont pensé à restructurer totalement leur système des espaces publics et de récréation par trame verte en exploitant les friches urbaines, les poches paysagères et en diversifiant leur réseaux de circulation douces et les modes de transport urbain pour améliorer la qualité de vie au service du tourisme, à l'instar de Berlin, Paris, Montpellier, Cracovie, Rome, Helsinki, même si ces réalisations sont difficiles et longue à mettre en place? Elle se questionne aussi sur la quantité et la qualité de notre mobilier urbain, qui est un élément significatif de confort et d'esthétique des espaces publics?

Par ailleurs, malgré que le constat est triste et malgré le développement urbain non maîtrisé des villes algériennes et les multiples dysfonctionnements et le manque d'image valorisante, heureusement, celles-ci regorgent comme le souligne E. Azzag¹, de potentialités aussi bien patrimoniales que fonctionnelles car quel que soit sa taille, la ville de par son histoire et la qualité du site de son implantation dispose naturellement des atouts indéniables pour susciter un attrait touristique.

De plus en plus, le tourisme urbain représente pour les acteurs de la ville non seulement un instrument de diversification économique mais aussi un véritable facteur d'organisation de l'espace et un vecteur puissant d'aménagement du territoire. Il est considéré comme le moyen d'une triple revitalisation: économique, urbanistique et symbolique. Avant qu'il soit une finalité, l'Algérie doit mobiliser le tourisme urbain comme un moyen et un outil pour remédier aux problèmes de ses villes et de ses systèmes urbains car le tourisme permet de redessiner la ville. Il fait profiter à la ville en créant des occasions pour transformer ses espaces, sa structure, son organisation, ses fonctions,... . Il est porteur de nouvelles façons de penser les aménagements des espaces de la ville pour permettre le développement de la séduction, de la mixité sociale et l'ouverture sur le territoire national et international.

¹ Ewa Berzowska Azzag, (2006), *Etre l'éphémère et le durable, les enjeux du tourisme en ville* In "Le tourisme urbain, facteur de promotion de la ville", Actes du séminaire national, Alger le 17 et 18 Avril 2006, p.71;



Même s'il n'existe pas de modèles applicables et généralisables de processus de mise en tourisme, l'Algérie peut s'inspirer et tirer des enseignements dans d'autres expériences qui ont réussies dans ce domaine. À titre d'exemple, la ville de Barcelone en Espagne a mobilisé le tourisme urbain de manière indirecte dans sa stratégie de régénération urbaine basée sur l'amélioration de la qualité des espaces publics, sur la création de nouvelles centralités, l'ouverture de la ville sur la mer, le renforcement de son offre culturelle, l'amélioration de ses ambiances urbaines en général et la construction d'une image de marque d'une ville dynamique.

La ville de Marseille en France a fait du tourisme urbain l'un des axes de sa stratégie d'attractivité et d'image engagée dans son projet urbain Euroméditerranée comme un vecteur puissant de l'aménagement urbain et des opérations de requalification des espaces urbano-portuaires. Cette ville s'est investie sur le tourisme d'agrément, de rencontre et d'évènements professionnels, sur les fonctions culturelles et récréatives comme éléments d'une stratégie plus vaste.

À l'instar de ces exemples, pour développer son attractivité touristique, il faut que l'Algérie se préoccupe de l'urbanisme de ses villes, principale cause de ses maux, de la qualité et de la fonctionnalité de ses espaces publics. Il lui faut requalifier, recoudre, travailler les liaisons, et adapter ses villes aux besoins du corps et de l'esprit de ceux qu'elle accueille, comme de ceux qui y résident et y travaillent¹. C'est ainsi que les villes algériennes doivent offrir des ambiances, des atmosphères, de jour comme de nuit. Elles doivent proposer du rêve, de la douceur, s'adresser à l'imaginaire,... où "lisibilité, cohérence, qualité, originalité, identité, harmonie, ambiances, esthétisme,..." soient incontestablement les mots d'ordre dans les stratégies algériennes de développement urbain.

Il faut que ses stratégies d'aménagement du territoire se préoccupe de la diversité, de la nouveauté, de l'innovation et de la créativité, de la beauté, du rêve, du plaisir et de l'urbanité dans le but de créer des villes accueillantes, vivantes, ouvertes, tolérantes, sensibles, humanistes et de fait touristiques.

L'Algérie doit aussi concevoir ses propres outils pour parvenir au développement touristique de ses villes. Selon E. Azzag, pour ouvrir nos villes au tourisme urbain, il semble indispensable de mettre en place d'abord une réflexion holistique sur deux outils: un schéma de développement du tourisme urbain et un schéma d'aménagement urbain touristique pour permettre le repérage des atouts à mettre en œuvre mais aussi le repérage des lieux capables d'accueillir des offres touristiques nouvelles, et sur les capacités de charge touristique admissibles. En lien avec ces exigences, quelles formes de tourisme urbain devons-nous concevoir pour la ville algérienne?

La nécessité de s'orienter vers un tourisme urbain durable

Les multiples bénéfices vantés du tourisme ne peuvent plus masquer les effets pervers de l'essor d'une industrie touristique qui entrent le plus souvent en contradiction avec la préservation de l'environnement et des cultures. L'accroissement des besoins et des consommations touristiques démesuré engendre en effet des impacts irréversibles connus sur le plan environnemental : l'altération, la destruction et l'épuisement des ressources naturelles, l'érosion et la dégradation des sites naturels, l'extinction d'espèces naturelles, le bouleversement de la biodiversité et l'épuisement de l'eau, la déforestation, la pollution de l'air et des milieux, la modification des écoulements des eaux de pluies, Sur le plan social, l'accroissement des inégalités et l'exclusion sociale, la destruction des modes de vies et des

¹ En paraphrasant les propos d'un intervenant, HEGOBURU (Association du dialogue métropolitain de Toulouse, 2014),



cultures autochtones peuvent facilement annihiler tous les avantages du tourisme qui lui sont reconnus jusque-là.

La prise de conscience au niveau mondiale de ces effets négatifs du tourisme, largement stimulée par les préoccupations environnementales et la littérature abondante sur les notions de « ressources touristiques », de « cycle de vie » et de « capacité de charge » des lieux touristiques¹, connaît un essor progressif et donne lieu à un engouement croissant pour l'application des principes du développement durable sur le secteur du tourisme.

Ainsi, plus qu'une mode, le tourisme durable est un phénomène en plein croissance et représente une tendance de plus en plus profonde du secteur du tourisme. Apparu assez récemment à l'issue de la Charte de Lanzarote (1995), de la Charte européenne dans les espaces protégés (1998), du Code mondial de l'éthique dans le tourisme (2001) et dans la définition qu'en donne l'OMT en 2004 selon laquelle « *le tourisme durable est le tourisme qui satisfait les besoins actuels des touristes et des régions d'accueil tout en protégeant et en améliorant les perspectives pour l'avenir. Il est vu comme menant à la gestion de toutes les ressources de telle sorte que les besoins économiques, sociaux et esthétiques puissent être satisfaits tout en maintenant l'intégrité culturelle, les processus écologiques essentiels, la diversité biologique, et les systèmes vivants* ».

Si d'un point de vue historique, le tourisme durable peut être compris comme une alternative de poids qui est venue faire face au tourisme de masse et à ses externalités négatives, sur l'environnement, sur les sociétés et les cultures, celui-ci reste un concept assez large et peu précis selon plusieurs auteurs (Liu, 2003, Lansing et De Vries, 2006, Bramwell et Lane, 2008) et la définition conventionnelle de l'OMT donnée ci-dessus illustre bien d'après A. François-Lecompte et I. Prim-Allaz (2010) ses lâches frontières.

À l'instar du développement durable, le tourisme durable est une notion qui se veut plurielle et qui vise à concilier la croissance économique du secteur avec la préservation de l'environnement humain et naturel, tout en assurant des meilleures conditions de vie aux populations des zones réceptrices. Il a pour principes fondamentaux:

- *Une vision holistique, qui s'inscrit dans le développement durable des communautés, au même titre que d'autres activités ;*
- *Une démarche à long terme, en termes d'impacts mais aussi de viabilité économique ;*
- *Une attention aux impacts locaux et globaux ;*
- *Une action tout autant sur l'offre que sur la demande (modes de consommation et leurs impacts).*

Sa durabilité se manifeste dans deux aspects interdépendants et qui sont :

1. La capacité du tourisme à se maintenir en tant qu'activité durable, en veillant à ce que les conditions soient réunies pour cela, et en minimisant les impacts négatifs sur la société et l'environnement ;
2. La capacité de la société et de l'environnement d'absorber et de tirer avantage du tourisme dans le temps, c'est à dire en optimisant la contribution positive et créative du tourisme aux économies locales, à la conservation du patrimoine naturel et culturel et à la qualité de vie des populations d'accueil et des visiteurs.

Par ailleurs, en lien avec les différentes priorités, la nature et les logiques des acteurs, plusieurs interprétations du tourisme durable sont donc possibles. L'écotourisme ou tourisme vert, le tourisme communautaire ou solidaire, le tourisme responsable, le tourisme social, le tourisme équitable, constituent plusieurs facettes d'un même objet complexe; un foisonnement

¹ Livre tourisme et société



d'approches révélatrices de la confusion qui entoure le concept, accentuée par l'absence d'une définition communément admise. Mais le tourisme durable reste aussi trop souvent associé à un tourisme de niche et lointain, parfois haut de gamme et souvent perçu comme onéreux (Tourisme durable : les sept clés).

Le tourisme durable est un créneau très porteur. Même s'il est difficile de quantifier le poids qu'il représente du fait de ses formes multiples et de la diversité des secteurs concernés, tous les indicateurs révèlent l'attrait que suscite cette nouvelle façon de voyager auprès des consommateurs. Selon les dernières données de l'OMT et de l'International Ecotourism Society, l'écotourisme constituait à lui seul 6 % du tourisme mondial en 2012, et sa croissance devrait se situer entre 12 et 25 % par an dans les années à venir.

En plus de sa plus grande performance économique, le tourisme durable représente des avantages pour les acteurs du tourisme comme par exemple la séduction de nouveaux segments de clientèle, le bénéfice d'une meilleure image auprès du grand public que ce soit pour les voyageurs ou pour les entreprises qui se démarquent de la concurrence à travers des choix innovants dans la prestation de service, la mobilisation et le dynamisme interne des équipes qui permet des retombées positives. La conviction et la détermination des dirigeants constituent le principal levier pour s'engager dans le choix du tourisme durable. Sept facteurs clés de succès pour réussir dans le secteur du tourisme durable ont été donc arrêtés. Les trois premiers facteurs sont liés à la traduction des grands principes du tourisme durable dans l'offre, tandis que les quatre suivants sont associés à la gestion stratégique de cette offre comme il figure ci-après.



Pendant, si le concept de tourisme durable a été approprié assez tôt par les territoires littoraux et de montagne, en revanche, il n'est encore que peu pris en compte par les villes. Le caractère tardif et fragmenté du tourisme durable urbain a d'ailleurs été mis en évidence par une étude comparative menée par le CRT Paris - Île-de-France à partir de onze destinations touristiques. *À l'exception de Stockholm, les grandes destinations touristiques européennes ne sont encore que très faiblement engagées dans la mise en œuvre d'un tourisme durable. Certes, des initiatives existent mais elles sont souvent dispersées, peu lisibles, focalisées sur la dimension environnementale du tourisme durable et rarement intégrées à la planification urbaine.*

Ce manque d'intégration dans les processus de planification urbaine locale a fait que le concept de "tourisme durable" n'a été approché, pour l'heure, qu'à travers ses répercussions sur l'environnement naturel, l'énergie, les pollutions et la culture, laissant largement en friche la question sociale et la question de la participation des populations. Plusieurs éléments ont été avancés pour justifier cette réalité : le tourisme a été souvent pris en objectif isolé sans tenir compte de nombreux facteurs externes déterminant ses modalités; il a été considéré comme un produit exogène qu'il faut contraindre; il a été rarement pris comme un produit endogène témoignant d'une valorisation de l'identité culturelle locale et d'une intégration profonde à la ville qui contribuerait à la renouveler et à l'enrichir; aussi parce les expériences novatrices ont



été rares et la littérature et les politiques publiques ont été souvent muettes sur les méthodes et les contenus devant assurer cette contribution.

La question de la durabilité du tourisme urbain a fait l'objet de nombreux débats. Pour la comprendre, nous essayons de voir comment elle a été abordée par les différents acteurs qui l'ont traité. Pour voir si le tourisme urbain est compatible avec les principes du développement durable, C. CLIVAZ et L. LUCAS (2010) utilisent l'expression "Tourisme en ville" au lieu de "tourisme urbain" qui selon eux, cette formulation est problématique car elle peut sous-entendre qu'il pourrait y avoir un tourisme qui ne soit pas urbain. Pour pouvoir tisser les liens du triptyque "Tourisme, Ville et Durabilité", ces auteurs se questionnent dans un premier lieu sur les conditions pour une éventuelle durabilité du tourisme en ville?

Partant de la première définition de la durabilité qui est synonyme de pérennité sur le long terme de l'activité touristique dans un lieu, le tourisme en ville est durable et constitue une "révolution durable" du moment que ça fait plus de deux siècles que les logiques touristiques investissent les villes. Ainsi, pour ces auteurs, la durabilité du tourisme (en ville) n'est réellement pas l'enjeu fondamental car il ne constitue pas le problème principal qui se pose pour les villes.

Partant de la deuxième définition de la durabilité qui correspond à son acception habituelle depuis le sommet de la Terre en 1992, l'attention est donc portée sur le rôle joué par le tourisme dans le développement durable des villes, rejoignant ainsi la position de Colin Hunter qui soulignait déjà la nécessité de passer d'un questionnement sur la durabilité du tourisme en soi à un questionnement sur la place du tourisme dans le développement durable du territoire. Cette approche trouve largement son intérêt surtout dans le contexte où le tourisme gagne en importance dans le fonctionnement et l'économie des villes.

Au-delà de l'effet marketing pour les villes qui intègrent de plus en plus la durabilité comme un outil de promotion touristique, le tourisme peut contribuer au développement durable de la ville par le renforcement des caractéristiques qui font de ces lieux des villes. Un développement durable des villes signifierait donc au niveau spatial une augmentation de la densité et de la diversité des fonctions urbaines. Le renforcement de la densité de la ville et sa diversité par le tourisme passe par le réaménagement du centre-ville et des espaces publics leur densification en termes d'infrastructures, d'activités et d'offres consistantes en équipements de loisirs et de divertissement, d'hébergement, de culture et des commerces; mais aussi par le développement des transports en commun et des mobilités douces qui contribuent dans une large mesure à réduire les déplacements longs, les consommations en énergie et des émissions des gaz à effet de serre. Ainsi, en contribuant à la densité et la diversité de la ville, le tourisme en ville peut être considéré comme durable sur le plan spatial.

À cette première manière d'envisager la durabilité de la ville s'ajoute une deuxième, plus classique, se référant aux trois dimensions du développement durable évoquées précédemment (économie, environnement, société). Ainsi, sur le plan économique, l'intérêt grandissant que suscitent le tourisme en ville, la concurrence de plus en plus vive entre les villes pour se positionner sur le marché touristique, que ce soit sur l'échelle mondiale, nationale voire infranationale et sa considération par les acteurs de la ville et les décideurs comme une panacée surtout au moment où d'autres activités économiques régressent témoignent largement de l'importance économique du tourisme en ville. Malgré la difficulté de le mesurer et de le quantifier, cet essor économique du tourisme en ville permet à ces différents acteurs de le mobiliser comme un argument pour justifier des investissements parfois inimaginables. L'enjeu pour ces derniers reste celui d'élargir encore plus le périmètre de consommation touristique en associant aux ressources du centre-ville des quartiers périphériques pour obtenir



un effet de percolation touristique et de mettre une stratégie de distinction pour échapper à la concurrence.

Sur le plan environnemental, le tourisme en ville est considéré plus au moins durable car il engendre selon C. CLIVAZ et L. LUCAS moins de nuisances environnementales par rapport à d'autres lieux touristiques. Les arguments avancés sont : une fréquentation mieux répartie sur l'ensemble de l'année échappant ainsi au phénomène de saisonnalité et au pic de fréquentation; l'hébergement hôtelier privilégié; les touristes prennent souvent la place des habitants partant en vacance, ce qui limite les effets sur la gestion de déchets, l'évacuation des eaux usées et la circulation. L'aspect négatif qu'on lui reproche sur ce plan environnemental est que la très grande majorité des déplacements des touristes vers la ville se fait en voiture ou en avion pour une durée très courte de deux à trois jours. L'enjeu donc en terme d'intervention environnementale réside dans l'amélioration de ces déplacements par le développement des transports en commun plus propre (train, TGV, voiture électrique,...).

Sur le plan social, le développement du tourisme en ville peut s'appuyer sur la participation et l'implication de la population locale ce qui permet dans une certaine mesure de faire des connaissances entre les habitants des différents quartiers, de tisser des liens entre eux, de renforcer leur cohésion sociale. Il peut être aussi une occasion pour réintégrer les exclus de la société et inclure la population démunie et pauvre dans le processus de mise en tourisme. La présence des touristes et leurs regards portés sur un paysage peuvent contribuer favorablement à donner une autre valeur aux différents espaces des résidents et leur permettent de découvrir leurs lieux de vie et de renforcer leur sentiment d'appartenance, de découvrir la culture de l'autre et de s'enrichir sur le plan culturel. C'est dans ces mesures que le tourisme en ville est durable sur le plan social.

Néanmoins, l'accueil des grands événements peut se faire parfois à l'encontre de la préservation du patrimoine architectural et de la population concernée par la construction des infrastructures nécessaires à la tenue de l'événement peuvent conduire des expropriations et des expulsions ainsi qu'à la destruction de bâtiments et de quartiers à haute valeur patrimoniale. Des situations négatives peuvent aussi se développer en lien avec le développement de cette activité, comme la gentrification, le manque d'appropriation par les habitants des changements qui s'opèrent dans leur lieu de vie, le changement des profils socio-économiques, l'apparition de conflits d'usage entre habitants et touristes, le développement des comportements de rejet et des stratégies d'évitement, trop grande fréquentation de certains sites, retombées économiques limitées à certains quartiers,....

L'enjeu reste donc celui de chercher des solutions, des compromis et de faire des arbitrages pour contrecarrer ces effets ce qui passe selon C. CLIVAZ et L. LUCAS par des formes adéquates de collaboration et de coordination entre tous les acteurs, publics et privés, qui contribuent au fonctionnement du tourisme en ville, ainsi que par l'adoption de réglementations adéquates. Pour ces auteurs, la gouvernance constitue une variable et un enjeu clé pour que le tourisme contribue effectivement au développement durable de la ville.

Par ailleurs, pour V. VLÈS et Al., pour mieux cerner la problématique du tourisme durable en ville il faut d'abord comprendre comment le tourisme durable s'articule avec la ville durable? En fait, c'est en traitant de son habitabilité que la "ville durable" intègre largement les questions de la gouvernance, du partage et des échanges et ce en se référant à une démarche beaucoup plus contraignante, celle des Agendas 21 locales qui se matérialisent par un document regroupant une stratégie locale et un programme d'action régulièrement actualisé.



Dans cette optique, selon toujours V. VLÈS et Al., le concept de tourisme durable en ville (ou tourisme urbain durable) correspond bien à l'approche du **développement urbain durable**, définie par l'Union européenne en 1998, et qui vise quatre objectifs interdépendants :

1. renforcer la prospérité économique et l'emploi des villes ;
2. promouvoir l'égalité, lutter contre l'exclusion sociale et régénérer les zones urbaines ;
3. protéger et améliorer l'environnement urbain, dans une perspective durable aux niveaux local et planétaire ;
4. contribuer à une bonne gouvernance et au renforcement des pouvoirs publics.

C'est ainsi que **le tourisme urbain durable** a pu dépasser le seul cadre environnementaliste dans lequel il a été souvent confiné pour se structurer aujourd'hui autour de quatre thèmes : la gestion urbaine durable issue d'un management environnemental ; les transports urbains durables ; la construction durable et l'urbanisme durable.

Cependant, toujours selon V. VLÈS et al., si le tourisme des villes et sa planification ne sauraient échapper à ce cadre systémique, toute la difficulté réside dans la compréhension et la mise en œuvre effective de cette démarche pour élaborer des stratégies globales – non plus sectorielles – et un plan d'actions visant des objectifs convenus d'un commun accord entre tous les acteurs de la ville.

Les réponses qui ont été avancées pour contrecarrer cette difficulté résident selon V. VLÈS et Al., dans deux domaines :

- celui des méthodes en s'appuyant sur les acquis des modes opératoires de l'urbanisme;
- celui des champs d'intervention publique en se focalisant sur les enjeux du partage et de l'altérité.

Pour ce qui est des **méthodes**, la recherche de la "soutenabilité" ou de la "durabilité" passe par l'organisation d'un projet en cohérence avec la démarche du développement durable où l'urbanisme est particulièrement adapté à la gestion de la ville touristique, dans la mesure où c'est une démarche intégrée et globale qui est définie à partir de ses finalités et non à partir de thèmes d'action ajoutés les uns aux autres (énergie, eau, capacités de charge, gestion du patrimoine, etc.). Et pour créer des villes durables, il est essentiel de créer au niveau local des partenariats entre les acteurs privés, publics et associatifs, qui s'appuient sur une participation accrue des usagers et des habitants pour obtenir un système très diversifié où les interdépendances entre les éléments favorisent la diversité garante de surmonter les perturbations de ce système.

La participation de l'ensemble des acteurs concernés, un processus du développement durable, est un vecteur indispensable de la durabilité des projets d'aménagement en ville dans la mesure où elle assure le partage des connaissances et le consensus pour que les voix des plus pauvres et des plus vulnérables soient au cœur du processus de décision. La convention Aarhus¹ a facilité la participation des citoyens aux décisions ; sa reprise et sa compilation avec d'autres textes par les la plupart des pays européens a permis d'ériger la participation en norme. Mais si la participation demeure toujours difficile et si les solutions locales pour répondre à cette injonction de participation s'avèrent variées, le touriste semble être fort peu pris en compte dans la réflexion sur les options d'aménagement touristique et urbain.

De même pour ce qui est de l'événementiel touristique qui, dans une certaine mesure, se mobilise comme un outil d'urbanisme pour atteindre la ville durable. Les JO de Londres 2012, l'Exposition universelle de Milan 2015, l'Exposition internationale Saragosse 2008, JO de

¹ Convention relative à l'accès à l'information, la participation du public au processus décisionnel et l'accès à la justice en matière d'environnement, mise en œuvre par les Nations unies et signée à Aarhus en 1998 et entrée en vigueur en 2001;



Barcelone en 1992 et son Forum universel des cultures en 2004, sont quelque exemple réussis qui sont mis à profit pour mieux structurer les actions en faveur d'un tourisme durable urbain.

Pour ce qui est de **l'intervention publique**, *les principes de l'action font donc intervenir la transversalité des approches, l'analyse des impacts des projets (effets induits, coûts associés, rentes de situation), la participation des différents acteurs, la prise en compte des temps différents acteurs de la ville. L'outil idéal pour parvenir à ce partage est certainement l'Agenda 21 local, qui permet la mutualisation des expériences et savoir-faire comme des méthodes et des outils (méthode de diagnostic global – et pas seulement touristique – de territoire, référentiels et outils d'évaluation communs, approches en coûts globaux partagés).*

Quelle durabilité pour le tourisme urbain algérien?

Si la stratégie de développement touristique algérien le SDAT 2025 se veut et s'affiche durable et fait de la protection de l'environnement, du capital naturel et culturel l'un de ses piliers majeurs, ceci suscite des controverses. En effet, si évidemment le potentiel touristique de notre pays est énorme et diversifié, celui-ci reste fragile et mal exploité. Selon E. AZZAG (2008), les ressources naturelles sont en situation de dangereux épuisement. Les sols urbanisables s'amenuisent et se concentrent sur des régions soumises aux risques majeurs naturels, la capacité de mobilisation de l'eau n'arrive pas à suivre la demande malgré des investissements considérables (barrages, forages, transferts, stations de dessalement, etc.), l'énergie est fournie essentiellement par des ressources fossiles non renouvelables, la gestion des déchets est rudimentaire malgré les efforts de régularisation et de réalisation des plusieurs CET et la pollution du sol et sous-sol, de l'air et de l'eau atteint des niveaux alarmants. L'urbanisation accélérée et mal contrôlée comme nous l'avons explicité ci-haut porte atteinte non seulement aux terres agricoles, mais aussi aux écosystèmes fragiles et à la biodiversité.

Telle que dressée dans le SDAT 2025, l'offre touristique algérienne est principalement orientée vers des lieux extrêmement fragiles, le littoral et le désert, accentuant ainsi leur vulnérabilité environnementale. Le littoral reste aussi la destination privilégiée des touristes nationaux où le nombre des visiteurs sur les plages est passé de 8 millions en 1988 à 160 millions en 2002, alors que la capacité d'accueil ne cesse de diminuer pour cause de fermeture des sites en raison de la pollution des eaux de baignade¹. Si nous nous penchons de plus près, le bilan environnemental² est alarmant :

- L'Algérie produit annuellement plus de 7.000.000 tonnes des déchets urbains (14 millions de m³), et en moyenne 0,65kg/personne/jour des déchets domestiques, avec un taux de recyclage très faible (12%) et une totale insuffisance de leurs gestion (notamment pour ce qui est des déchets industriels et spéciaux);
- Sur 47 stations d'épuration, 5 seulement sont opérationnelles, 22 font objet de réhabilitation et 11 sont en cours de réalisation. Selon les dernières estimations, environ 100 millions de m³/an d'eaux usées sont rejetées dans la nature; ceci explique en partie un taux élevé de pollution majeure des côtes et des eaux marines, aggravé par les rejets des métaux lourds et des hydrocarbures, pollution des nappes phréatiques (nitrates), phénomène d'érosion avec 7 à 8 ha quotidiennement détournés de la vocation agricole et un taux d'érosion le plus important de l'Afrique du Nord, de 2.000 tonnes/km²/an;
- en 2020, les disponibilités en eau seraient de l'ordre de 430 m³/hab/an, ce qui témoigne d'un risque de stress hydrique (le seuil de 1000m³/habitant/an est considéré comme seuil vital par l'OMS), si la réserve de mobilisation actuelle d'environ 5 milliards de m³/an ne va pas atteindre à terme 20 milliards m³/an;

¹ In E. AZZAG (2008)

² Ce bilan est dressé par E. AZZAG dans son article



- 20 million d'hectares sont touchés par la désertification (zones arides et semi-arides) et 12 millions d'ha par l'érosion hydrique;
- Le littoral, qui offrait en 1966 un ratio de 3128 m²/1000 habitants de zone balnéaire, n'en offre en 1997 que 338 m²/1000 habitants, et chaque année, sur plus de 500 plages contrôlées 35 à 40% sont interdites à la baignade pour cause de pollution;
- La sécheresse et la désertification contribuent de plus à augmenter les risques d'inondation et de glissement de terrain; par ailleurs le risque sismique et industriel sont omniprésents sur la partie littorale, le principal réservoir des potentialités touristiques balnéaires, de montagne, culturelles et culturelles.

Selon E. AZZAG (op.cit.), ce tableau de la situation environnementale peu reluisant, témoigne des insuffisances de portage des besoins de la population locale et reste en total désaccord avec les objectifs de croissance du tourisme affichés dans le SDAT 2025. Si ce dernier repose sur une assise juridique solide lui imposant d'introduire les objectifs de la durabilité, les textes d'applications tardent à voir le jour. En effet, d'après E. AZZAG, la loi n°03.01 relative au développement durable du tourisme, complétée ensuite par la loi n°03.10 relative à la protection de l'environnement répondent effectivement aux défis formulés par l'OMT quant à la nécessité de la prise en charge des problématiques environnementales dans toute action de développement touristique, les outils d'application (décrets exécutifs) n'existent toujours pas et les écarts entre les volontés politiques de mettre en place une dynamique de développement et la réalité de l'environnement se creusent.

De même, le modèle d'aménagement touristique algérien n'est pas favorable à la durabilité. Selon toujours E. AZZAG (id.), les ZEST en sont un exemple flagrant de l'insouciance environnementale, mais aussi certaines décisions d'implantation des grands équipements supports des activités touristiques, que ce soit dans les grandes villes ou dans les sites naturels. Plus grave encore, *aucune vérification des capacités réelles d'accueil touristique des sites n'a été jusqu'à présent effectuée*¹.

En lien avec le développement durable, le SDAT2025 souligne la nécessité d'établir une table d'évaluation pour un développement durable du tourisme. Ainsi, il s'est contenté de résumer dans des tableaux quelques critères de durabilité pour les trois piliers du développement durable et de donner à chaque pilier une batterie d'indicateurs très généraux avec des éléments de mesures vaguement définis suscitant même des doutes quant à leur efficacité et mesurabilité. A cela, il rajoute la coopération intersectorielle en arrêtant quelques actions à entreprendre avec chaque secteur pour permettre cette coopération ; la valorisation des produits artisanaux et locaux et l'association de l'innovation aux projets touristiques. C'est comme si le développement durable s'arrête juste à ces mesures superficielles, aucune méthode de travail n'a été explicitée, aucun outil de mesure, ni indicateur quantifiable, ni indice de développement durable n'ont été donnés.

Devant une telle situation, il est urgent, selon E. AZZAG, d'élaborer non seulement un schéma d'aménagement touristique comme il a été souligné plus haut, mais une véritable **stratégie nationale de développement du tourisme**, qui prendra en compte la balance entre ce que l'on veut faire pour passer à un stade de croissance économique libérée de la rente par le développement du tourisme, et ce que l'on peut réellement faire sans enclencher les mécanismes de destruction environnementale et patrimoniale. L'auteure insiste sur l'utilité de l'introduction de la notion du seuil limite de la capacité de charge touristique dans le Schéma National d'Aménagement Touristique en Algérie et dans les outils locaux d'aménagement (PDAU et

¹ E. AZZAG



POS, PA/ZET) qui constitue une condition *sine qua non* de réussite d'une politique touristique qui se veut durable.

Pour finir, nous pouvons dire que malgré le retard accumulé jusque-là dans le développement du tourisme urbain dans nos villes comme nous l'avons vu ci-haut, cela n'est pas une fatalité, au contraire il reste une opportunité à saisir afin de défricher ce terrain potentiel encore vierge, tout en tirant profit des expériences étrangères et tout en s'engageant dans la voie de la durabilité tel qu' il se doit pour ne pas mettre en péril notre capital touristique déjà trop fragile.

Conclusion

Arrivant au bout de notre analyse, nous nous retrouvons face à une situation qui fait vraiment mal au cœur : une stratégie de développement touristique qui arrive à terme dans très peu de temps sans pour autant atteindre ses objectifs. La réalité du secteur touristique montre qu'après tant d'années d'effort et d'essai, la situation n'a pas trop évoluée. L'objectif de faire de l'Algérie une destination d'excellence sur le pourtour méditerranéen n'est malheureusement pas atteint et l'absence de touristes en est la preuve. En dépit de tout son potentiel et en dehors de la destination Sud, l'Algérie continue toujours de souffrir d'absence d'une image de marque touristique qualitative qui lui permettra d'atteindre son objectif d'attractivité et de compétitivité.

Cette réalité est certainement le résultat de plusieurs facteurs, nous nous essayons de relever quelques-uns:

- La stratégie SDAT 2025 n'est pas bien peaufinée. Celle-ci est scindé en six documents volumineux ce qui fait beaucoup pour une stratégie, au lieu qu'elle soit bien ficelée dans un seul document comme c'est le cas du SNAT 2030 pour éviter les milles et une répétition, les contradictions entre certains objectifs et leur priorisation, l'utilisation des vocables différents pour désigner la même chose ce qui porte à des confusions (mise en tourisme, nouveau concept, tourismage?,...);
- Le SDAT 2025 est une stratégie tout azimut qui se veut à une vitesse très supérieur. Beaucoup de choses ont été dit et décidé dans les documents, mais dans la réalité du terrain l'essentiel n'a pas été concrétisé comme c'est le cas de la création d'une plateforme pour le tourisme algérien, système permanent d'observation et d'évaluation touristique (SPOET), la création de la Maison Algérie « Dar El Djazaïr » : plate-forme avancée du Plan Destination touristique Algérie, l'informatisation et l'utilisation des nouvelles technologies dans toute la chaîne touristique,.....
- Le SDAT 2025 manque de réalisme et de pragmatisme. Les objectifs qualitatifs et physiques sont très larges, la volonté de concilier entre tourisme de masse et tourisme durable, priorisation entre tourisme international et tourisme national, l'orientation de l'offre touristique dans les pôles Nord vers le tourisme balnéaire malgré la forte concurrence de ses voisins, le lancement de 20 villages touristiques à moyen terme ce qui est énorme en terme de faisabilité, le prolongement de la stratégie jusqu' à 2030 révèle aussi le manque de visibilité,....
- Le SDAT 2025 n'est pas sur la voie de la durabilité : les objectifs du développement durable se résument dans quelques objectifs généraux avec quelque critère qui semble difficile voire non mesurables. Aucun indice, ni outils, ni batterie d'indicateurs de référence n'ont été arrêté, aucun seuil des états limites de capacité de charge des systèmes environnementaux et urbains n'ont été calculé, le tout reste des généralités,....
- Tel que nous l'avons constaté dans les livres qui traitent de l'audit et des pôles touristiques prioritaires, le SDAT 2025 a dressé un inventaire sommaire et non



approfondi des capacités touristique de notre pays. Aucun travail d'évaluation et de suivi n a été programmé ou proposé, le manque de constitution des offres structurées détaillés selon ces capacités et ressources identifiées qu'elles soient potentielles ou latentes,...

Si l'Algérie est consciente de l'importance de diversifier son offre touristique pour échapper à la mono fonctionnalité du secteur, à la saisonnalité et à la concurrence, la destination Algérie en privilégiant le littoral et le Sud comme deux segments porteurs, ne se veut pas durable comme le stipule le SDAT 2025.

La situation de l'environnement naturel et urbain, telle qu'elle a été analysé dans ce présent travail appelle à plus de prudence et exige de revoir notre stratégie touristique pour introduire la notion de seuil limite de capacité charge pour chaque milieu, chaque site qu'il soit naturel ou urbain. Leur intégration dans des documents d'urbanisme constituera comme nous l'avons vu ci-haut une condition sine qua non de réussite d'une politique touristique qui se veut durable.

Le développement du tourisme urbain tel qu'il a émergé et évolué dans les villes européennes constitue une opportunité réelle à saisir pour secourir la ville algérienne souffrante d'un côté et le l'autre, pour assurer de s'orienter vers plus de durabilité étant donné que cette forme du tourisme est plus durable que les autres formes. Pour ce faire, l'Algérie doit mobiliser cette forme de tourisme comme un moyen dans une stratégie de développement urbain durable qui repose sur la démarche du projet urbain et qui a pour outils l'Agenda 21 local, un schéma de développement du tourisme urbain et un schéma d'aménagement urbain touristique.

La volonté politique même si elle constitue un préalable à toute politique de développement, cela ne suffit pas. Il faut que celle-ci ne soit pas contextuelle mais au contraire, elle doit être factuelle liée à la conviction de tout un chacun du rôle qu'il est appelé à jouer. Ainsi, la bonne gouvernance et la participation de la société civile restent à rechercher même si nous savons très bien que ceci est très difficile sur terrain.