

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE
MINISTERE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

UNIVERSITE CONSTANTINE 3
FACULTE D'ARCHITECTURE ET D'URBANISME

DEPARTEMENT D'ARCHITECTURE

N° d'ordre :.....

Série :.....

MEMOIRE

POUR L'OBTENTION DU DIPLOME DE MAGISTER

OPTION : PROJET URBAIN

Présenté par **Mlle Imen LAIFA**

**Quelle accessibilité au tourisme pour la ville de
Skikda dans un projet urbain global ?**

Sous la direction du **Dr. Nassira BENHASSINE TOUAM**

Jury d'examen.

- | | | |
|------------------------|---------------------------------------|-------------------------------|
| - Président : | - Dr. Zine Eddine GUENADEZ | MCA. Université Constantine 3 |
| - Rapporteur : | - Dr. Nassira BENHASSINE TOUAM | MCA. Université Constantine 3 |
| - Examineurs :- | Dr. Youcef LAZRI | MCA, Université Constantine 3 |
| | Dr. Rachid TAMINE | MCA, Université Constantine 3 |

Soutenu le 04 / 06/ 2015

– Dédicace –

A mes parents qui ont veillé à me donner la meilleure éducation, à m'entourer de leurs attentions, qui ont tout fait pour réussir ma vie, et qui m'ont toujours soutenu et supporté sans aucune faille.

*J'espère sincèrement être à la hauteur de ce que vous espérez de moi.
Que Dieu vous bénisse, à vous Mon Père et Ma Mère dont les mots ne seraient jamais suffisants pour exprimer ma gratitude et mon amour à votre égard.*

A tous mes frères et à ma sœur.

A toute la famille.

A toutes mes amies.

Remerciements

Je remercie le bon Dieu pour la patience et le courage qu'il m'a donnés pour mener ce travail.

Merci tout particulièrement, à Madame Dr. Nassira BENHASSINE TOUAM, tutrice de ce mémoire, pour toute l'aide qu'elle m'a apportée, pour ses orientations, pour toute la confiance et son soutien moral.

Je remercie le Pr Belakacem LABII, directeur du laboratoire villes et santé, ainsi que tous mes enseignants de la Post-Graduation.

Un grand merci à Madame Hayette MEBIROUK, pour ses précieux conseils et toutes les critiques constructives.

Je remercie vivement le staff de la direction du tourisme de la wilaya de Skikda pour l'intérêt et toute l'aide qu'il m'a apportée tout au long de ma recherche, merci tout particulièrement à Mr BOUDEFFA pour le temps qu'il m'a accordé, les documents qu'il a mis à ma disposition et pour toute la compréhension qu'il m'a apportée.

Je remercie infiniment tous les cadres que j'ai sollicités et qui m'ont facilités la tâche au niveau des directions de la wilaya de Skikda : direction de l'environnement, direction de l'urbanisme et de la construction, direction des travaux publics et enfin direction des transports, ils m'ont été d'un grand apport.

Merci à tous ceux qui m'ont donné le sourire dans les moments ardu.

TABLE DES MATIERES

<u>-INTRODUCTION GENERALE</u>	01
-Introduction.....	02
-Problématique.....	03
-Question principale	06
- Objectifs	06
- Hypothèse	07
-Méthodologie d’approche.....	07
-Structure de mémoire.....	09
<u>-PREMIÈRE PARTIE</u> : THÉORIES DES CONCEPTS : TOURISME, ET PROJET URBAIN EN ACCESSIBILITÉ TOURISTIQUE	11
-Introduction de la première partie	12
<u>-CHAPITRE I</u> : LE TOURISME, DIMENSIONS D’UN CONCEPT MONTANT.....	13
-Introduction	13
-I.1 -Le tourisme : définition du concept.....	13
-I-1-1 - Le tourisme sous l’angle de la demande.....	13
-I-1-2 - Le tourisme sous l’angle de l’offre.	14
-I-2 - Le tourisme : un fait diachronique.	16
-I-2-1 - Le tourisme ; accessible par la classe minoritaire aisée.....	17
-I-2-2 - Le tourisme durable : une nouvelle tendance environnementale.....	18
-I-3 -Les dimensions du concept tourisme.....	18
-1-3-1 - Le tourisme : une dimension sociologique.....	19
-1-3-1-1 - Des facteurs socioculturels.	19
-1-3-1-2 - Des facteurs sociodémographiques.....	19
-1-3-2 - Le tourisme : une dimension psychologique.....	20
-1-3-3 - Le tourisme : une dimension technologique.....	20
-1-3-4 - Le tourisme : une dimension politique.....	21
-1-3-5 - Le tourisme : une dimension économique.....	21

-I-4- Les différentes formes de tourisme.	21
-I-4-1- Le tourisme : un changement de lieu	21
-1-4-2- Le tourisme balnéaire.	22
-1-4-3- Le tourisme en zone de montagne (montagnard).	22
-1-4-4- Le tourisme culturel.	23
-1-4-5- Le tourisme rural (vert).	23
-1-4-6- Le tourisme d'affaires.	23
-1-4-7- Tourisme de découverte économique.	24
-1-4-8- Le tourisme urbain.	24
-1-4-9- Le tourisme de masse.	25
-1-4-10- Le tourisme responsable	25
-I-5- Le touriste : un voyageur passant.	25
I-6- Le produit touristique.	26
-I-6-1- Conception du produit touristique.....	26
-I-6-2- La chaîne des services liés au voyage.....	27
-I-6-2-1- Les ressources primaires.....	27
-I-6-2-2- Les ressources secondaires	27
-I-6-2-3- Les ressources ou éléments complémentaires	27
-I-7- Le tourisme : une chaîne de synergies développées.	28
-I-7-1- La concertation pour le tourisme.	28
-I-7-2- L'esprit d'initiative pour le tourisme.	29
-I-7-3- La mesure en toute chose pour le tourisme.	29
-I-8- Réussir un produit touristique durable.	29
-I-8-1- Importance du patrimoine:	29
-I-8-2- Originalité:	30
-I-8-3- Regroupement.....	30
-I-8-4- Création d'une image et d'un réseau.	30
-I-8-5- Un accès.	30
-I-8-6- Un Partenariat.	30
-I-8-7- Planification stratégique et durabilité.	31

-I-8-8-Accessibilité.....	31
-Conclusion	31
-CHAPITRE II : L'ACCESSIBILITÉ TOURISTIQUE ; UN PROJET URBAIN.....	32
-Introduction	32
-II-1- Accessibilité : définition du concept.....	32
-II-1-1-Accessibilité : deux perceptions distinctes.	32
-II-1-1-1- Accessibilité : adaptation des espaces pour les rendre praticables.....	33
-II-1-1-2- Accessibilité : franchissement de barrière opposée.....	33
-II-1-2- Accessibilité : une organisation spatiale.	33
-II-1-2-1- L'accessibilité physique et immatérielle.	34
-II-1-3- L'accessibilité : un concept d'interdisciplinarité complexe.	34
-II-1-4- L'accessibilité potentielle.	36
-II-1-5- L'accessibilité : un concept à caractère opérationnel.....	37
-II-1-6- Mesurer l'accessibilité	37
-II-1-7-Les facteurs influant l'accessibilité.....	39
-II-1-7-1-La demande de transport et de l'activité.	39
-II-1-7-2-La mobilité.	39
-II-1-7-3-Les Options de transport.	39
-II-1-7-4-L'Information de l'Utilisateur.	39
-II-1-7-5-L'intégration des terminaux, stations et parkings au sein du système de transport.....	40
-II-1-7-6-L'abordabilité.	40
-II-1-7-7-Les substituts de mobilité	40
-II-1-8-Les dimensions de l'accessibilité.....	40
-II.1-9- Accessibilité et projet urbain	41
-II.2-Les dimensions de l'accessibilité touristique	42
-II.2.1-Le territoire immatériel du tourisme	43
-II.2.1.1-Représentations et Images, pour une mise en accessibilité des produits touristiques	43
-II.2.2- les N.T.I.C, comme indicateurs de l'accessibilité touristique	44

- II-2-2-1- Les fonctions de la N.T.I.C au niveau du tourisme.....	45
-II.2.3-Le territoire matériel du tourisme	47
-II-2-3-1- l'importance des transports pour le tourisme	48
-II-2-3-2- La destruction de l'espace intermédiaire.....	48
-II-2-3-3- L'infrastructure routière, un élément touristique	49
-II-2-3-4- L'infrastructure autoroutière, un support informatif	49
-II-2-3-5- L'exploitation des points nodaux	49
-II-2-4- Concepts connexes à l'accessibilité touristique.....	51
-II-2-4-1- L'attractivité touristique	51
-II.2.4.2- Le Marketing territorial.....	51
-II-2-4-3- Le Marketing en tourisme.	52
-II.3- Accessibilité touristique et Projet Urbain, de nouvelles façons de penser la ville	52
-Conclusion.....	53
-Conclusion de la première partie.....	53
<u>DEUXIEME PARTIE</u> : PROJET URBAIN ET TOURISME : ÉTUDES DE CAS.....	55
-Introduction de la deuxième partie.....	56
<u>-CHAPITRE III: LE PROJET URBAIN TOURISTIQUE : ANALYSE DES</u>	57
EXEMPLES.....	57
-Introduction	57
-III-1-Le projet urbain touristique de Saint-Pierre de la Réunion.....	57
-III-1-1- Saint-Pierre de la Réunion (France): éléments de contextualisation.....	57
-III-1-2-Enjeu et objectifs du projet urbain touristique Saint-Pierre.	59
-III-1-5-Les grandes opérations.....	60
-III-1-3-1-Rénovation du Centre-ville.....	60
-III-1-3-2-Structurer des pôles urbains en développement.....	61
-III-1-3-3-Améliorer l'habitat insalubre.....	61
-III-1-3-4-Requalifier le quartier de Ravine Blanche.	62
-III-1-3-5-Densifier le quartier de Terre-Sainte.....	62
-III-1-3-6-Un nouveau maillage routier.....	62
-III-1-3-7-Une vocation touristique réaffirmée.....	62

-III-2- La ville de Nice.	64
-III-2-1-Eléments de contextualisation.	64
-III-2-2-Les ambitions de Nice et les instruments/documents de planification.	64
-III-2-3-Les enjeux	66
-III-2-4-Grands projets de Nice.	66
-III-3- Le projet urbain du havre.	68
-III-3-1-Eléments de contextualisation.	68
-III-3-2- Le Havre : Pôle portuaire et industriel d'envergure européenne.....	68
-III-3-3-Les grandes opérations	68
-III-3-2-1-Le Pic Urban.	68
-III-3-2-2-Les aménagements paysagers du port du Havre et de la zone industrialo- portuaire.....	69
-III-3-2-3-L'agenda 21 du Havre.	69
-III-3-2-4-Le nouvel agenda 21.....	69
-III-4-La stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique.	71
-III-4-1-Présentation de la stratégie.	71
-III-4-2-Présentation du Saint-Laurent.	71
-III-4-3-Etat des lieux :	72
-III-4-3-1- L'analyse de la demande.	72
-III-4-3-2-Inventaire de l'offre.	73
-III-4-4-Enjeux et objectifs.	74
-III-4-5-Plan d'actions.	75
-Conclusion	76
- CHAPITRE IV : LE TOURISME EN ALGERIE : LECTURE DE LA POLITIQUE NATIONALE.....	78
-Introduction	78
-IV-1- Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.....	78
-IV-2. Les cinq dynamiques de la mise en tourisme de l'Algérie.....	78
-IV-3. Le nouveau concept de développement du tourisme national.	79
-IV-4- Les Pôles Touristiques d'Excellence.	80

-IV-4-1. Le concept de Pôle d'excellence.	80
-IV-4-2. Définition Du Pôle Touristique d'Excellence.....	80
-IV-4-3. Comment définir les pôles touristiques d'excellence (POT) ?.....	81
-IV-4-4. Les objectifs des P.O.T.....	82
-IV-5-Les Zones d'Expansion Touristique.....	82
-IV-5-1-La Stratégie d'aménagement des Z.E.T.....	82
-IV-6-Lecture de la politique nationale en matière de développement touristique.....	83
-IV-6-1-la nouvelle gouvernance touristique.....	83
-IV-6-2-Les objectifs de la nouvelle gouvernance.....	84
-IV-6-3-Les textes de lois pour la mise en place de la nouvelle gouvernance touristique.	84
-IV-6-4-Les établissements de formation dans le domaine du tourisme.....	85
-IV-6-5-les Organismes touristiques –interactions–.....	86
-IV-6-5-1-Les institutions sous-tutelle.	90
-Conclusion	93
-Conclusion de la deuxième partie	94
<u>-TROISIÈME PARTIE</u> : DIAGNOSTIC TERRITORIAL SUR LE TOURISME :	96
QUELLE ACCESSIBILITE TOURISTIQUE A SKIKDA ?	
Introduction de la troisième partie.....	97
<u>-CHAPITRE V</u> : LE TOURISME A SKIKDA : UN ETAT DES LIEUX.....	98
-Introduction	98
-V.1- Le Pôle Touristique d'Excellence Nord-est	98
-V.1.1- Vocations du Pôle Touristique d'Excellence Nord-est	99
-V.2- La wilaya de Skikda, une composante du pôle touristique d'excellence Nord-est	99
-V.2.1- Skikda dans son contexte régional	101
-V.2.2-Quelle accessibilité de la wilaya de Skikda	101
-V.2.2.1- Desserte de la wilaya de Skikda par le réseau routier.....	102
-V.2.2.2- Desserte de la wilaya de Skikda par le réseau portuaire.....	102
-V.2.2.3- Desserte de la wilaya de Skikda par le réseau aéroportuaire	102
-V.2.2.4- Desserte de la wilaya de Skikda par le réseau ferroviaire.....	102
-V.2.2.5- Desserte de la wilaya de Skikda par le réseau autoroutier.....	103

-V.2.2-6-Enjeux du projet de l'autoroute Est-Ouest.....	104
-V.2.3- la wilaya de Skikda : le potentiel touristique.....	105
-V.2.4- la wilaya de Skikda : Les Flux touristiques.....	106
-V.3-Délimitation de l'aire d'étude.....	107
-V.4- Evaluation de l'accessibilité touristique de la ville de Skikda.....	109
-V.4.1-La structure urbaine de la ville de Skikda	109
-V.4.2-Skikda, port de Constantine	109
-V.4.3- La dimension environnementale	111
-V.4.3.1-Le climat.....	111
-V.4.3.2-La baie : Caractéristiques géomorphologiques de la baie.....	111
-V.4.3.3- Les Plages et la mer	115
-V.4.3.4- Iles et îlots du littoral de la ville de Skikda.....	117
-V.4.3.5- Montagnes, sites forestiers et poissons.	119
-V.4.3.6-Les formations géologiques : substances utiles.....	120
-V.4.4- La dimension socioculturelle.....	120
-V.4.4.1- Le patrimoine culturel et historique matériel.....	120
-V.4.4.2-Le patrimoine immatériel.....	127
-V.4.5- La dimension technologique.....	128
-V.4.5.1-L'accessibilité physique/matérielle	128
-V.4.5.2-L'accessibilité informationnelle/immatérielle	129
-V.4.6- La dimension économique	129
-V.4.6.1-Hébergement	129
-V.4.7- La dimension politique	130
-V.4.7.1- la législation nationale.....	129
-V.4.7.2- Le Tourisme à Skikda à travers les instruments de planification.....	130
Conclusion	135
<u>-CHAPITRE VI : L'ACCESSIBILITE TOURISTIQUE A SKIKDA. ANALYSE,</u> RESULTATS ET DEMARCHE POUR UN PROJET URBAIN	136
Introduction	136
-VI.1-L'analyse des données par l'A.F.O.M.....	136

-VI.2- Le diagnostic par le questionnaire effectué avec les acteurs usagers (touristes).	138
-VI.2.1- Skikda, une destination peu attractive.....	138
-VI.2-2- L'accessibilité technique et virtuelle en tourisme, un maillon important de la chaîne touristique à Skikda	139
-VI.2-3- Skikda ; une destination riche en ressources touristiques mais les produits touristiques sont peu variés.	139
-VI.2-4- Skikda, une destination à potentiel touristique peu accessible.....	140
-VI.2-5- les structures d'accueil (Hébergement et restauration).	140
-VI.2-6- Skikda, le conflit entre tourisme et industrie.....	141
-VI.2-6- Synthèse.....	141
-VI.3- Etude comparative entre la démarche d'étude du S.D.A.T de la wilaya de Skikda celle du projet urbain	142
-VI.3-1-Le projet urbain ; Présentation.....	142
-VI.3-1-1-Les caractéristiques du projet urbain.....	143
-VI.3-1-2-Les enjeux du projet urbain.....	144
-VI.3-1-3-Les échelles du projet urbain.....	145
-VI.3-2-Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique de Wilaya (S.D.A.T.W).....	146
-VI.3-2-1-Echelle d'intervention du SDATW.....	146
-VI.3-2-2-Le contenu de l'étude du Schéma d'Aménagement touristique de Wilaya.....	147
-VI.3-2-3-Les domaines d'intervention retenus.....	147
-VI.3-2-4-Les axes de réflexion développés.....	147
-VI.3-2-5-La démarche méthodologique.	149
-VI.3-1-Synthèse de l'étude comparative.	152
-Conclusion	153
-Conclusion de la troisième partie	154
-CONCLUSION GENERALE	155
-BIBLIOGRAPHIE	159
- ANNEXES	I
-ANNEXE 1 : Synthèse des différents attraits et activités au niveau du Saint-Laurent...	II

-ANNEXE 2 : Les manifestations socioculturelles au niveau de la ville de Skikda.....	III
-ANNEXE 3 : Réseau routier de la wilaya de Skikda	IV
-ANNEXE 4 : Fiche d'enquête, formulaire du questionnaire.....	V
-ANNEXE 5 : Les résultats de l'enquête par questionnaire.....	VII
-ANNEXE 6 : Les résultats des entretiens.....	XIII
-RESUME	

TABLE DES ILLUSTRATIONS.

TABLE DES FIGURES.

Figure n° 01 : Superposition de la méthode du diagnostic territorial avec la méthode d'enquête et SWOT (auteur).....	07
Figure n° 02 : Flux touristiques et activités du tourisme (Source : ALDEBERT Bénédicte, 2006, p 46).	15
Figure n° 03 : du voyageur au touriste (Source : LOZATO-GIOTART, p7)	26
Figure n° 04 : La chaîne du tourisme (Source : in http://www.tourismes.info/Tourisme_europeen/Offre.pdf)	28
Figure n°05 : Rapport accessibilité/ mobilité (L'auteur)	35
Figure n° 06 : Situation et limites de la ville de Saint-Pierre. Source : http://www.mi-aime-a-ou.com/saint_pierre.php	58
Figure n° 07 : Les Quartiers de Saint-Pierre Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.....	59
Figure n° 08 : L'opération de Rénovation du centre-ville et de son ouverture sur la mer et la ZAC du Mail. Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.	60
Figure n° 09 : Projet du Mail. Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah.....	61
Figure n° 10 : les quatre Pôles urbains de développement. Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.	62
Figure n° 11 : les différentes opérations du PUT de Saint Pierre. Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah.....	63
Figure n° 12 : les différentes opérations du PUT de Saint Pierre. Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah.....	63
Figure n° 13 : Le tracé du projet Ligne Nouvelle Paris-Normandie (LNPN)	70
Figure n° 14 : Le Fleuve Saint-Laurent.....	72
Figure n°15 : Les Zones Géographiques Associées À La Stratégie De Mise En Valeur Du Saint-Laurent Touristique. Source : Le Saint-Laurent du fleuve à la mer, 4 000 km de découvertes [enligne] http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/publications-	73

administratives/strategie-saint-laurent.pdf.....

Figure n° 16 : Les dix pôles Saint-Laurent en fonction des catégories de destinations 75

Source : Le Saint-Laurent du fleuve à la mer, [enligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/>

LISTE DES TABLEAUX.

Tableau n° 01: Synthèse des différentes appellations et cadre retenu pour une appellation de l'offre touristique (**Source** : ALDEBERT Bénédicte. 2006, p 52) 16

Tableau n° 2: tableau de confrontation entre les quatre (04) exemples analysés. (l'auteur) 77

Tableau n° 3 : Répartition de la population occupée par secteur d'activité **Source** : le SDAT de la wilaya de Skikda..... 100

Tableau n° 04: Evolution des flux touristiques dans la Wilaya de Skikda dans les cinq dernières années. **Source** : la direction du tourisme de la wilaya de Skikda..... 107

Tableau n°05 : les sept zones d'aménagement touristique (l'auteur) 107

Tableau n°06 : nomination et localisation des plages du périmètre d'étude d'Est en Ouest. 116

Tableau n° 07 : Liste des établissements hôteliers dans la commue de Skikda 5Direction du tourisme – Skikda) 129

Tableau n° 08 : Résultats de l'analyse des données par l'AFOM (l'auteur)..... 136

LISTE DES CARTES.

Carte n° 01 : les pôles touristiques d'excellence. **Source** : SDAT national..... 81

Carte n° 2 : Le pôle d'excellence touristique Nord-est. **Source** : Google Earth traitée par l'auteur..... 98

Carte n° 3 : Situation nationale de la wilaya de Skikda. **Source** : Google Earth traitée par l'auteur 99

Carte n°4 : La desserte de la wilaya de Skikda par le réseau ferroviaire. **Source** : la direction des transports..... 103

Carte n°5 : Organisation territoriale des sept zones (pôles) d'aménagement touristique. 108

Source : la direction du tourisme de la wilaya de Skikda.

Carte n° 06 : Structure urbain de la ville de Skikda. **Source** : Google Earth traitée par l'auteur 109

Carte n°07 : les composantes du littoral du périmètre d'étude. Source : image Google Earth traitée par l'auteur.....	117
Carte n°08 : l'îlot des lions. Source : image Google Earth traitée par l'auteur.....	119

LISTE DES ORGANNIGRAMMES.

Organigramme n°01 : Missions et Organisation de l'administration centrale du ministère du tourisme et de l'artisanat. Source : L'auteur, 2014.....	87
Organigramme n°02 : Les quatre missions de la direction du tourisme de wilaya. Source : L'auteur, 2014.....	89
Organigramme n°03 : Les missions de l' L'Office National du Tourisme. Source : L'auteur, 2014.....	90
Organigramme n°04 : Les missions de l' L'Office National du Tourisme. Source : L'auteur, 2014.....	92

LISTE DES PHOTOS.

Photo n°1 : La Grande Plage.....	114
Photo n°2 : Le mausolée de Bouliayman.....	114
Photo n°3 : Le chemin sinueux de la Carrière.....	115
Photo n°4 : Paysage de la Carrière.....	115
Photo n°6 : La Plage Miramare.....	115
Photo n°7 : La Plage Mollo.....	115
Photo n°09 : La Plage Stora.....	116
Photo n°05 : Le Port de pêche de Stora.....	114
Photo n°08 : L'île de Srigina.....	116
Photo n°10 : La corniche de Skikda.....	116
Photo n°11 : La Plage de Lilou avec l'hôtel sur le rocher.....	116
Photo n°12 : Plage Larbi Ben M'hidi.....	116
Photo n°13 : Coucher de soleil (Plage Larbi Ben M'hidi).....	116
Photo n°14 : îlot des lions.....	119
Photos n°15,16 et 17 : La gare ferroviaire : vue d'extérieur et d'intérieur.....	121

Photos n° 18,19 et 20 : Palais Meriem Azza : vue d'extérieur et d'intérieur.....	122
Photos n° 21, 21, 23 : La Grande Poste : vue d'extérieur et d'intérieur.....	122
Photos n° 24 et 25 : Le Théâtre municipal.....	122
Photos n° 26, 27 et 28 : Le musée municipal : vue d'extérieur et d'intérieur.....	123
Photos n° 29 et30 : Le Théâtre antique.....	123

INTRODUCTION GENERALE.

Introduction.

Le tourisme est une activité ancienne qui prend une dimension planétaire pour constituer un secteur économique fondamental dans des pays développés comme dans des pays en développement, et qui en font un facteur essentiel de leur développement.

D'après l'O.M.T, les voyages internationaux se situent à la troisième place dans le classement des grands secteurs du commerce mondial.¹ Le chiffre d'affaires du tourisme n'est précédé que par ceux des industries de pétrole et de l'automobile. Mais aujourd'hui le tourisme représente la première industrie de service dans le monde.²

Nul ne peut ignorer de nos jours, le rôle capital que le tourisme peut jouer en tant que moteur de développement économique, social des pays. Ce secteur est la principale source de création d'emplois dans un grand nombre de pays. Non seulement dans l'industrie touristique elle-même mais aussi, par effets d'entraînement, dans d'autres secteurs³.

Cette croissance de tourisme est due en grande partie à l'amélioration de l'efficacité des systèmes de transport,⁴ ainsi qu'aux réductions de coûts et de prix des moyens de locomotion. En effet, les améliorations des transports, des infrastructures et des instruments de navigation n'ont cessé de croître. Le résultat de ces transformations se traduit par un nouveau rapport espace-temps.

En plus des révolutions perpétuelles des transports, le tourisme a connu une révolution technologique majeure. A partir des années 70, les CRS (Computer Reservation System) et GDS (Global distribution system) vont le bousculer. Ces technologies, comme l'Internet, vont marquer définitivement l'évolution de l'organisation touristique.

L'Algérie, disposant des mêmes atouts que les principales destinations touristiques du Maghreb, est restée à l'ombre durant ces dernières années. Il n'y a qu'à prendre la Tunisie et le Maroc comme exemple pour se rendre compte du retard accumulé par notre pays dans ce domaine.

En 2011, la Tunisie a accueilli 4456200 touristes et le Maroc 9342302 touristes, contre seulement 2394887 touristes pour l'Algérie dans la même année, dont 1493245 algériens résidents à l'étranger.⁵

¹ L'organisation mondiale de tourisme

² GOURIJA, Seloua. 2007 *Tourisme et développement durable: quelles conjugaisons? Expérience du Maroc*. Thèse de doctorat, Es Sciences économiques, soutenue à l'Université du littoral Côte d'opale, le 11 janvier 2007.

³ Ibid.

⁴ <http://www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/48599778.pdf>

⁵ Schéma Directeur D'Aménagement Touristique (S. D. A. T) de la wilaya de Skikda. Phase 2 : Etat des lieux et diagnostic prospectif. P 03.

Problématique.

La question du développement touristique en Algérie, devient de plus en plus l'objectif d'un état qui a prit conscience de ses bienfaits, de son importance et de sa contribution au développement économique. Dans ce cas, évaluer l'accessibilité touristique dont quelques indicateurs sont cités ci-dessus s'avère une question prioritaire.

Consciente de l'importance du secteur touristique comme outil de développement prometteur, l'Algérie a décidé, de lui donner une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts. Par la consolidation d'un schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT), l'accent est mis sur la mise en place de pôles d'excellence touristiques visant à faire du pays une destination reconnue mondialement à l'horizon 2030.

Dans ce sens, le chef d'Etat, déclara, en février 2008 lors des assises nationales sur le tourisme : *« le tourisme doit être une priorité nationale pour l'Algérie et il y a de nombreuses attentes de la part des algériens dans ce domaine. Il est devenu impératif de pousser le développement du secteur touristique, sachant que l'Algérie exporte actuellement plus de touristes qu'elle n'en reçoit ».*

De par ses paysages et son histoire, Skikda représente une wilaya du pays des plus riches. Elle compte sur de nombreux atouts pour son tourisme ; sa situation en bordure de la mer méditerranée et son territoire caractérisé par un relief de montagnes aéré par un dispositif de basses terres. Ce qui pourrait faire d'elle une destination importante pour le tourisme balnéaire, ainsi que pour le développement du tourisme montagnard et d'affaires. Néanmoins, ils restent actuellement peu valorisés.

La wilaya de Skikda, compte parmi elle deux villes très anciennes, il s'agit de Skikda-ville (Rusicade) et Collo (Chullu), bénéficiant par son ancienneté d'un riche patrimoine historique et culturel. Des évènements touristiques (fêtes locales) manifestés chaque année à Skikda dont la fête des fraises (en mois de Mai), notamment la fête des sardines (en Juillet).

Ainsi, la wilaya de Skikda, a tout pour attirer les touristes nationaux et étrangers. Elle est désignée pour être une destination touristique de premier ordre faisant partie du pôle d'excellence touristique Nord-est.

Malgré ses nombreux atouts et attraits naturels, culturels et historiques, la richesse et la beauté de ses sites, elle ne parvient pas actuellement à attirer un nombre significatif de touristes. En réalité, les touristes ne sont présents à Skikda qu'en été, du fait de la présence de la mer.

Cependant, la fréquentation est à définir, en l'absence de données détaillées sur le profil de l'ensemble des touristes. Environ 30.000 touristes sont accueillis à Skikda chaque année, en majorité des villes de l'intérieur (Constantine, Guelma, Sétif, Batna, Souk Ahras, Bordj

Boariridj, Oum el Bouaghi, Biskra, ...). Les touristes étrangers, sont principalement des Algériens résidents à l'étranger (09% des touristes, environ 3000 touristes).¹

En effet, Skikda accuse un retard dans divers secteurs qui font d'elle une destination non privilégiée. Sa capacité d'accueil touristique notamment en lits semble limitée. Elle affiche aussi, un manque d'établissements culinaires et restaurants classés. Les espaces d'accueil et de récréation ne répondent pas aux normes pouvant favoriser un tourisme local ou constituer un attrait pour un tourisme national ou international. Le manque de circuits touristiques et routes thématiques permettant de découvrir le littoral et d'autres atouts (la ville ne possède qu'un seul circuit dessiné récemment). Ajouté à cela, l'accessibilité limitée des îles et de certaines plages qui reste méconnus par tous les touristes, faute de communication, d'information et de promotion, trois missions à accomplir par les opérateurs touristiques.

Sans omettre la dominance de l'activité industrielle dans la wilaya de Skikda qui marginalise et met à l'écart l'ampleur de l'activité touristique : les différentes richesses touristiques sont constamment menacées de dégradation ou de destruction par leur utilisation à d'autres fins. A l'image de Larbi ben M'hidi, une agglomération touristique estivale qui crée une zone de détente de choix, mais elle se heurte davantage aux inconvénients de la grande zone industrielle. D'ailleurs, c'est toute la frange du littoral qui s'étend de la même cité à l'Est, jusqu'à l'avant port à l'Ouest constituant un véritable conflit entre la ville et l'activité industrielle et portuaire infectant l'environnement immédiat, le centre ville et le reste de la façade maritime qui se prolonge, au-delà, vers la localité des Platanes, puis de l'avant port au village de Stora.

L'insuffisance des infrastructures de transport pour desservir la ville, l'engorgement des rues et voies de circulation surtout ceux menant vers la mer (routes anciennes et étroites), l'absence de voies piétonnes et le manque de places de parking, un centre-ville en pleine dégradation, saturation et congestion. Tous ces constats représentent des faiblesses à combler par une politique touristique adéquate. Dans ce sens, Skikda à travers son schéma directeur d'aménagement touristique accorde une grande importance au développement du tourisme, mais et après étude de ce dernier, nous établirons qu'en fait à part le constat réel dressé, la plupart des orientations sont calquées sur certaines stratégies des pays touristiques, ce qui empêche qu'elles soient visibles et concrétisées sur terrain. Il faudrait cependant admettre qu'un tel état de fait ne peut persister, si on veut mener la ville de Skikda dans la voie de développement économique en amont du tourisme car la rente pétrolière et gazière n'est pas durable, encore moins éternelle.

¹ Schéma Directeur D'Aménagement Touristique (S. D. A. T) de la wilaya de Skikda. Phase 2 : Etat des lieux et diagnostic prospectif. P.P 215.216.

Afin de réaliser et de mettre en place ce projet de ville, nous devons avoir recours à un mode de production urbaine moderne, une nouvelle manière de faire la ville : le Projet Urbain. Se présentant comme alternative à l'urbanisme sectoriel issu du mouvement moderne qui a montré ses limites, le projet urbain est une notion qui cherche à organiser le territoire afin d'en améliorer l'usage, la qualité, le fonctionnement, la dynamique économique et culturelle et les relations sociales. En effet, le projet urbain a émergé comme mode d'action majeure sur la ville et les territoires et comme une démarche de conception stratégique qui établit une vision partagée d'avenir. Il constituerait ainsi un moyen pour la revitalisation de l'économie de la ville, l'accès, l'emploi, l'amélioration des services publics et ce, dans le cadre d'une réelle politique de la ville qui définit les objectifs et arrête les priorités.

Dans un souci de faire de Skikda une destination touristique privilégiée, il devient nécessaire de recomposer son offre touristique afin qu'elle soit diversifiée et cohérente. Renforcer son accessibilité touristique, serait de permettre à tous d'y accéder, par le développement du système de transport (moyens et infrastructures), et la création d'une image et d'une identité propre à la ville de Skikda par les opérations de promotion et de marketing touristique.

L'accessibilité touristique apparaît comme un maillon important de la chaîne touristique offrant au touriste la possibilité d'accéder à la destination avant et pendant le voyage (par l'intermédiaire de la circulation de l'information) et après son départ (par l'intermédiaire du déplacement effectif), en concordance avec les nouvelles exigences au niveau des pratiques touristiques.

Définie comme la plus ou moins grande facilité avec laquelle il est possible de se rendre en un lieu ou de partir d'un lieu (car elle comprend la mobilité notion liée au déplacement), d'obtenir un service dans un temps donné et d'utiliser les biens et les services offerts par ce lieu (car elle comprend la communication et la compréhension, notions liées à l'échange d'information).

La question de l'accessibilité des lieux pour leur mise en tourisme semble avoir de l'importance, d'une part, pour le développement, la promotion et le renforcement de l'attractivité touristique parce qu'un manque d'accessibilité peut entraîner une perte d'une clientèle potentielle et d'autre part, pour répondre aux enjeux du projet urbain par ce qu'il n'est pas seulement la projection d'un aménagement souhaité mais il est aussi porteur d'enjeux sociaux, économiques, urbains et territoriaux. La mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire.

Considérant tout cela, une question fondamentale s'impose :

- Quelles seraient les démarches pour promouvoir le tourisme à Skikda ?

D'autres questions viennent se greffer à notre question principale, à savoir :

- Les potentialités et le taux de fréquentation touristiques de la ville de Skikda, quel constat ?
- Quel est le rapport entre accessibilité, tourisme et projet urbain ?
- Comment lier le concept de l'accessibilité au tourisme pour construire un modèle théorique constituant un point de départ pour dégager des outils de projet urbain ?
- Selon ce qui a été rédigé au dessus, la ville possède d'autres potentialités, à titre d'exemple le patrimoine historique et culturel, la culture des fraises et des sardines célébrées chaque année, l'accessibilité peut-elle fournir un moyen pour les transformer en facteurs de développement d'un tourisme pérenne ?
- Quels sont les acteurs touristiques responsables à répondre à la question de l'accessibilité touristique au niveau de la ville de Skikda ? Comment les convaincre de la mettre en œuvre ?

***Objectifs.**

- Donner des clarifications sur la notion d'"Accessibilité" et comprendre les différents sens que cette notion peut prendre. Une notion lourde de significations nécessite d'être reprise et réactualisée en fonction d'un point de vue bien précis, à savoir le lien, le plus correct et le plus lucide possible, entre l'« Accessibilité » et le « Tourisme ».
- **Comment l'un (accessibilité) interagisse sur l'autre (tourisme) ? et ce que peut offrir cette notion au nouveau tourisme ?**

Une fois le rapport est établi, on revient à l'accessibilité touristique et «projet urbain ».

- À travers l'identification de ce lien, nous avons l'intention de montrer que le Projet Urbain peut gagner.
- Faire ressortir toutes les dimensions de la notion 'Accessibilité Touristique'.
- -Transmettre une méthode d'analyse et d'évaluation de l'accessibilité touristique dans une démarche de projet urbain, sur un espace d'expérience : la ville de Skikda.
- -Vérifier d'abord s'il y a une stratégie de développement touristique pour enfin en proposer une dans une démarche de projet urbain à Skikda comme ce qui se fait ailleurs par l'analyse de quelques modèles.

La réponse à toutes les questions n'est pas évidente, nous tenterons de répondre à la question principale qui nous conduit à vérifier l'hypothèse suivante :

***Hypothèse.**

- "La prise en compte de l'accessibilité touristique dans un grand projet urbain serait une action dans une démarche pour booster le tourisme à Skikda".

- Méthodologie d'approche.

Du point de vue des méthodes suivies et outils de la recherche, pour pouvoir vérifier notre hypothèse de départ, nous nous appuyerons sur la méthode du diagnostic territorial pour évaluer l'accessibilité touristique.

Elle est combinée avec la méthode d'enquête par l'outil du questionnaire fait auprès des touristes provenant des principaux marchés émetteurs, ainsi que par l'entretien, outil de la même méthode, effectué auprès des acteurs publics et opérateurs touristiques (agences de voyage).

Les données recueillies sur le terrain par l'outil de l'observation et celles rassemblées auprès des différentes administrations et tutelles (données pertinentes) sont utiles à la vérification de l'hypothèse et déterminées par les indicateurs des variables. Nous les avons analysées par la méthode SWOT (**figure n° 01**).

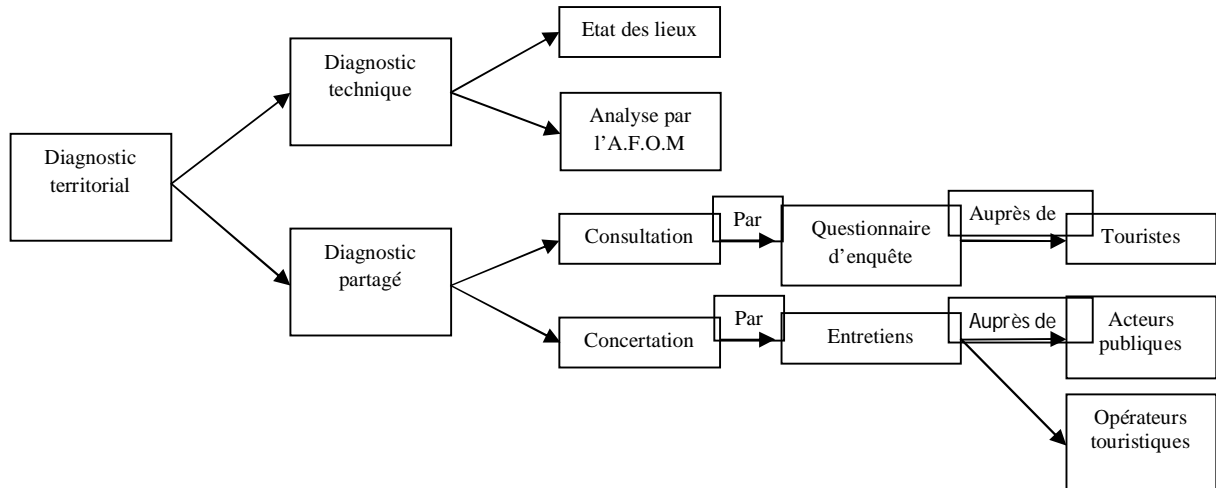


Figure n° 0 1 : Superposition de la méthode du diagnostic territorial avec la méthode d'enquête et SWOT (auteur)

En somme, les méthodes et outils suivis sont:

- L'approche théorique par les concepts-outils : la revue de la littérature sur la question, nous permet d'assoir le cadre conceptuel de la recherche et couvre toute la partie théorique de notre travail. Il s'agit d'analyser les concepts relatifs au thème de recherche par une analyse conceptuelle, à savoir : le tourisme, l'accessibilité touristique, la démarche du projet urbain,

- La méthode analytique par l'analyse des modèles.
- L'analyse de contenu (textes législatifs et Décrets exécutifs).
- Le diagnostic territorial et AFOM (atouts, faiblesses, opportunités et menaces).
- La méthode qualitative et quantitative sur le terrain dans la méthode de l'enquête, dont les outils d'investigation sont l'observation, les entretiens et le formulaire du questionnaire.

Nous avons effectué des entretiens avec les responsables des différents secteurs en gestion de la ville, ces entretiens ont été avec les acteurs suivants :

a- Acteurs politiques locaux en gestion des potentialités touristiques de la wilaya de Skikda, les responsables de : la direction du tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Skikda (directeur général), la direction de l'environnement de la wilaya, la direction de la culture, la direction du transport, la direction des travaux publics et enfin la direction de l'urbanisme et de la construction au niveau de la ville de Skikda. Nous avons prévu des fiches remplies de questions ouvertes (annexe n° 06).

b- Les opérateurs du tourisme de la ville de Skikda (quelques agences de voyage).

Quant au questionnaire, il nous a permis de quantifier et comparer l'information collectée auprès d'un échantillon représentatif de la population visée pour l'évaluation de l'accessibilité touristique (clientèles en provenance de nos principaux marchés hors Skikda), pour un total de 200 répondants. La mise en œuvre de l'enquête par le questionnaire s'est faite comme suit :

a- Les conditions d'emploi de l'outil en évaluation.

-Pour la rédaction des questions.

Les concepts de l'hypothèse sont décomposés en dimensions, ensuite, chaque dimension en indicateurs, pour chaque indicateur de l'accessibilité touristique, nous avons posé un ensemble de questions.

-Pour l'élaboration de l'échantillon.

Notre recherche se situe dans le cas de l'échantillonnage non probabiliste, qui consiste à transposer dans un échantillon corrélatif les caractéristiques concrètes de la population mère : l'âge, le sexe, le type d'agglomération et la profession. Cependant, notre échantillon se trouve dans l'échantillonnage non probabiliste typique car nous connaissons bien les caractéristiques de la population enquêtée. Pour le choix du nombre, nous avons opté pour un effectif de 200 touristes pour un échantillon large : moins c'est peu, plus nous risquons de trouver des répétitions.¹

¹ Nassira BENHASSINE-TOUAM, B. LABII, (juin 2011), « Une stratégie verte dans un urbanisme de sante et de bien-être à Constantine : Une Approche Méthodologique », revue Sciences & Technologies, Université Mentouri de Constantine, p. 28.

b- Elaboration du questionnaire : le questionnaire a été inspiré de celui du SDAT de la wilaya de Skikda, construit à partir des indicateurs de la notion « accessibilité touristique » et il décline de la problématique de base (**Cf. questionnaire : annexe n ° 04**).

c- Analyse et interprétation des résultats : (**Cf. résultats de l'enquête : annexe n ° 05**).

-Structure de mémoire.

Suivant la problématique définie précédemment, le mémoire s'organise autour de trois grandes parties renfermant six chapitres.

-La première partie intitulée, *théories des concepts : tourisme, et projet urbain en accessibilité touristique*, cette partie présente les fondements théoriques et empiriques du cadre conceptuel qui la recouvre. Il s'agit d'analyser les concepts relatifs au thème de la recherche : l'accessibilité touristique, le tourisme et leur rapport avec le projet urbain : établir la relation qui existe entre eux ainsi que l'identification des différents indicateurs. Elle comporte deux chapitres :

-Le premier chapitre : *le tourisme, dimensions d'un concept montant*, comme son titre l'indique, sera consacré au tourisme depuis sa genèse, son évolution, et jusqu'aux dernières tendances en vogue ces derniers temps, nous analyserons le produit touristique complexe, ses composantes et les facteurs de sa réussite.

-Le deuxième chapitre, sous le titre, *l'accessibilité touristique ; un projet urbain*, au-delà d'une revue de littérature des différentes approches du concept de l'accessibilité, de ses multiples dimensions et indicateurs, il s'attache à envisager ce que nous entendons par accessibilité touristique. Autrement dit, déterminer les éléments qui donnent la connotation et la spécificité de cette accessibilité. À la fin de ce chapitre, sera établi le rapport de l'accessibilité touristique au projet urbain comme moyen stratégique d'intervention sur la ville.

-La deuxième partie : projet urbain et tourisme : études de cas, couvre également deux chapitres, dans ce sens :

-Le chapitre trois étaye les concepts théoriques abordés dans la première partie par quelques exemples de projet urbain de villes touristiques, afin de mieux concrétiser leurs applications sur le terrain et faire ressortir les éléments clés pour leurs aboutissements. Pour cela, nous avons choisi selon le contexte quatre exemples différents.

Le premier est celui de la ville de Saint Pierre (France), un modèle de ville portuaire, industrielle et agricole dont le secteur touristique fait l'objet d'une recomposition de son offre. Il

a pour finalité de dessiner un parcours avec une offre diversifiée pour permettre à tous d'y avoir accès touristique pour l'ensemble de la micro région sud.

Le deuxième projet est celui du Havre (France) où nous ferons le point sur le projet de ligne ferroviaire LNPN (Ligne Nouvelle Paris Normandie), un projet de renforcement de l'accessibilité, une pièce maîtresse pour le développement du Havre par la mise en lien de ses atouts compétitifs.

La ville de Nice est le troisième exemple qui a pour ambition d'être la destination incontournable du court séjour.

Enfin, nous terminerons avec la stratégie de mise en valeur du Saint Laurent touristique au Canada.

-Le quatrième chapitre consiste en une lecture de la politique nationale en matière de développement touristique (le SDAT en tant que cadre stratégique de référence d'une vision à long terme de la mise en tourisme de l'Algérie et les 05 dynamiques) et de la nouvelle gouvernance touristique.

-La troisième partie *diagnostic territorial sur le tourisme : quelle accessibilité touristique à Skikda ?*, car la réussite du projet urbain est tributaire du diagnostic.

-Le cinquième chapitre. Sur terrain, les données et informations pertinentes constituent l'état des lieux qui va le former

-Le sixième chapitre intitulé, *l'accessibilité touristique à Skikda. Analyse, résultats et démarche pour un projet urbain*, l'analyse et la vérification de l'hypothèse en seront l'objet.

**PREMIERE PARTIE : THÉORIES DES CONCEPTS : TOURISME, ET PROJET URBAIN
EN ACCESSIBILITÉ TOURISTIQUE**

Introduction de la première partie.

Au cours de cette première partie pleinement théorique, nous procéderons à la définition du cadre conceptuel qui la recouvre. Il s'agit d'analyser les concepts relatifs au thème de recherche, et d'établir la relation qui existe entre le « tourisme » et « l'accessibilité touristique » dans la démarche du 'projet urbain'.

Dans un premier temps, nous nous intéresserons au concept « tourisme » dans tous ses aspects, depuis sa genèse jusqu'aux dernières tendances sous l'angle des composantes économiques qui sont l'offre et la demande, ces derniers temps. Nous étudierons les différents facteurs de son évolution et nous l'analyserons sous l'angle de la demande et de l'offre avant de nous intéresser au produit touristique, sa conception et les critères de sa réussite. A la fin du premier chapitre, l'accessibilité apparaît comme un critère important de la réussite du tourisme d'une façon durable.

Dans un second temps, nous approchons le concept 'accessibilité touristique'. D'abord, nous commençons par envisager les diverses approches de l'accessibilité, et par conséquent ses multiples dimensions et définitions, afin de faire ressortir une définition synthèse pour enfin déterminer ce que nous entendons par « accessibilité dans le tourisme » et son rapport avec le projet urbain.

CHAPITRE I: LE TOURISME, DIMENSIONS D'UN CONCEPT MONTANT

Introduction.

Le tourisme est aujourd'hui reconnu comme une composante majeure de la dynamique de l'économie internationale. Filière à haut potentiel de croissance et en perpétuelle évolution, le tourisme connaît de profondes transformations issues, en partie, de l'amélioration de l'efficacité des systèmes de transport, et de développement de nouveaux systèmes de diffusion de l'information.

Dans ce premier chapitre, nous mettrons l'accent sur l'importance de l'information, de la communication, de la compréhension et des facilités d'accès dans le tourisme à travers, l'étude des principaux concepts liés au tourisme d'une part et de l'analyse de la chaîne touristique et du produit touristique d'autre part.

I-1-Le tourisme : définition du concept.

Etant donné sa complexité, la compréhension du tourisme est centrale pour notre recherche. Nous avons donc choisi d'éclairer le phénomène touristique sous l'angle de ses composantes économiques qui sont la demande et l'offre.

I-1-1- Le tourisme sous l'angle de la demande.

Le tourisme est une activité économique mais il n'est pas considéré comme une activité productive ordinaire. A la différence des autres secteurs, le tourisme ne se définit pas à partir de biens et services produits, il se définit par son sujet, le visiteur.

En 1942, Hunziker et Krapf ont défini le tourisme comme *«ensemble des relations et des faits constitués par le déplacement et le séjour de personnes hors de leurs lieux de résidence habituelle, pour autant que ce séjour et ce déplacement ne soient pas motivés par une activité lucrative quelconque»*¹. En 1976, l'institut du tourisme Britannique tente de le définir comme *«un mouvement temporaire de personnes vers une destination autre que l'endroit où elles vivent et travaillent normalement, et les activités réalisées durant leur séjour à cette destination ; cela inclut les mouvements pour tous motifs et aussi bien les visites d'une journée »*².

¹ ALDEBERT Bénédicte. Technologies de l'information et de la communication et innovation : Implications organisationnelles et stratégiques dans les entreprises touristiques des alpes maritimes, thèse de doctorat, NICE, université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Décembre 2006, p 44.

² Idem

Pour l'O.M.T (Organisation mondiale du tourisme), « *le tourisme est un déplacement¹ hors de son lieu de résidence habituel pour plus de 24 heures mais moins de 4 mois, dans un but de loisirs, un but professionnel (tourisme d'affaires) ou un but sanitaire (tourisme² de santé).*

La Commission des Statistiques des Nations Unies, en 2000, précise la définition donnée par l'OMT et caractérise le tourisme comme un ensemble «*d'activités déployées par les personnes au cours de leur voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs*»³.

En effet, c'est à partir de la demande et des consommations des visiteurs que les activités de tourisme sont analysées, autrement dit, ce sont les besoins spécifiques des visiteurs hors de leur environnement habituel, qui vont déterminer les produits et les activités qui appartiennent au tourisme. Comme l'énonce Longhi (2003)⁴, c'est au fil des dépenses des touristes qu'une activité se définit comme touristique. Le tourisme correspond donc à une consommation de biens et de services hétérogènes qui concourent à la satisfaction de tous les visiteurs (touristes et de non touristes).

I-1-2- Le tourisme sous l'angle de l'offre.

Les visiteurs consomment un ensemble de prestations tout au long de leur voyage, achat de service auprès d'une agence pour la préparation du voyage, achat d'un billet d'avion pour le déplacement, achat d'une nuit d'hôtel pour le séjour et développement des photos après le voyage. Ces prestations sont offertes aux visiteurs par des entreprises marchandes et non marchandes, qui associent étroitement producteurs privés et initiatives publiques.

Les études menées par les organismes en charge du tourisme portent sur les définitions du touriste ou du visiteur et de leur consommation plus que sur celle du tourisme. Lorsqu'ils tentent d'aborder le tourisme sous l'angle de l'offre, ils le définissent comme «*établissements dont l'activité productive principale est une activité productive caractéristique du tourisme*»⁵. Ces organismes partent des consommations touristiques pour en déduire la production. Les activités centrales et complémentaires du tourisme (**figure n° 02**), sont hiérarchisées selon la proportion de leur chiffre d'affaires généré par le tourisme.

¹ Le changement de lieu, la durée et les motifs du séjour sont les trois caractéristiques du tourisme, qui déterminent ses formes, la classification des touristes et la répartition des nuitées.

² SDAT 2025 Phase I rapport d'établissement et lancement d'étude p. 3

³ <http://www.ecofine.com/EHL-FORUM/No%205/Le%20Tourisme%20-%20Essai%20de%20d%C3%A9finition,%20Ch.%20Demen-Meier.pdf>

⁴ Longhi Christian. Internet et dynamique des marchés dans le tourisme - Enjeux analytiques et développements empiriques. In: Revue d'économie industrielle. Vol. 108. 4 e trimestres 2004. pp. 67-90.

⁵ OMT, 2003

Plus celui-ci dépend des consommations touristiques, plus l'activité est considérée comme caractéristique du tourisme.

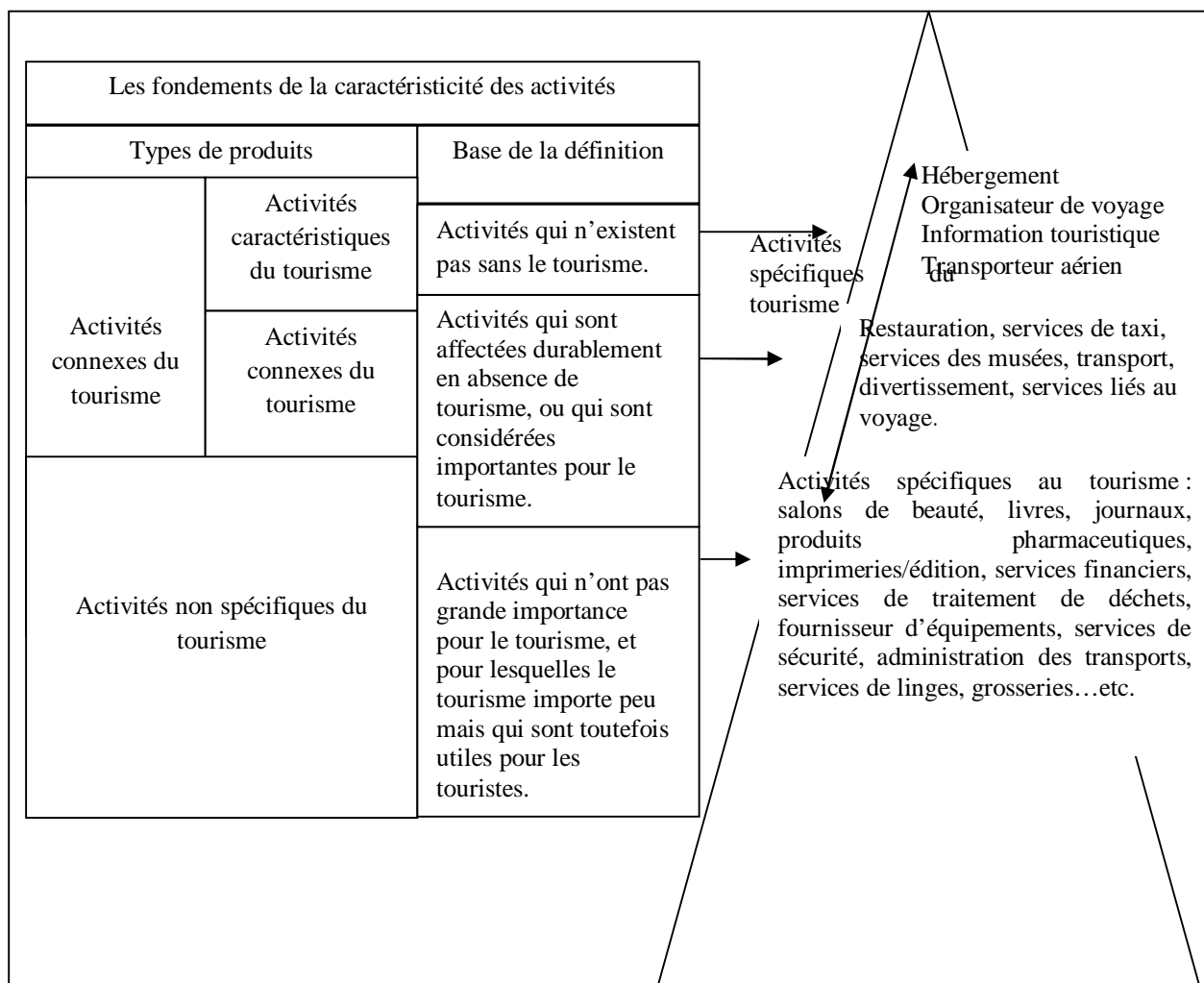


Figure né 02: Flux touristiques et activités du tourisme (**Source :** ALDEBERT Bénédicte, 2006, p 46).

Il est difficile de construire une typologie parfaite car les entreprises touristiques n'accueillent pas uniquement des touristes, mais également des excursionnistes et des locaux.

Nous recensons dans ce qui suit les définitions du tourisme sous l'angle de l'offre dont nous pouvons l'appeler marché, industrie ou filiere touristique (**tableau né 01**): «*Le tourisme est l'agrégation de toutes les activités économiques qui fournissent directement des biens et services pour faciliter les activités de loisirs, d'affaires et de plaisir en dehors de son environnement habituel* » (Smith, 1988) «*Les produits qui facilitent les activités d'affaires, de plaisirs et de loisirs loin de la maison sont suffisamment semblables dans leur fonctionnement pour que leur agrégation représente une industrie significative* » (Smith, 1991). Selon Davidson (1993), les activités et organisations qui offrent des facilités et des services aux touristes, pour répondre à

leurs besoins, du moment de leur arrivée au moment de leur départ constituent ce que l'on nomme l'industrie touristique.

Tableau n° 01: Synthèse des différentes appellations et cadre retenu pour une appellation de l'offre touristique

Concepts et auteurs	Définitions	Commentaires
<p><u>Marché</u> -Wilson (1998).</p>	<p>L'offre d'un marché regroupe un ensemble de firmes qui proposent des produits, aux caractéristiques similaires, au consommateur final.</p>	<p>-Le niveau d'analyse comprend à la fois l'offre et la demande. -N'explique pas les relations entre acteurs.</p>
<p><u>Industrie</u> -Tremblay, 1998 ; -Davidson, 1994 ; -Nightingale, 1979 ; -Wilson, 1998 ; -Coté, 1984 ; -Lanquar, 2006 ; -Leiper, 2000 ; -Baretje et Defert, 1972 ; -Smith, 1988 ; -Michaud, 2001.</p>	<p>-Une industrie est un ensemble d'entreprises qui mettent en œuvre des processus semblables et produisent des biens techniquement identiques ou un groupe d'établissements exerçant le même type d'activités de production. -Une industrie est comme une chaîne où chaque maillon représente une activité particulière, le tout étant coordonné par des firmes ayant les capacités adéquates.</p>	<p>-Le niveau d'analyse porte sur l'ensemble des entreprises constitutives du tourisme. -La définition du tourisme en tant qu'industrie peut être ambiguë aux vues des débats existants.</p>
<p><u>Filière</u> -Bonnet (1995) ; -Lozato-Giotart et Balfet (2004).</p>	<p>-Une filière s'identifie à un ensemble de processus productifs cohérents d'élaboration de biens et de services, permettant de satisfaire une demande donnée.</p>	<p>-Permet de comprendre l'organisation et la coordination des activités intervenant dans le processus de production touristique.</p>

Source : ALDEBERT Bénédicte. 2006, p 52

I-2- Le tourisme : un fait diachronique.

Le tourisme est ancien, «*l'essence première du tourisme est dans le besoin et le désir de se mouvoir, de voyager et de connaître. Le début du phénomène n'est pas datable*» (G. Mariotti, 1958).¹ Ce désir est vieux comme l'humanité. Différentes hypothèses concernant le début du phénomène ont été évoquées, mais les vraies réponses ne seront jamais trouvées.² Le désir de connaître des lieux différents de ceux du quotidien a toujours existé. Les voyages étaient motivés par des nécessités (nomadisme, caravanes commerciales,..). D'anciens récits de voyage nous parviennent jusqu'à nos jours, tel que le périple d'Ulysse dans l'odyssée d'Homère, plus tard se fut le tour d'Ibn Batouta et de Marco Polo.

¹AXENT Mihaela. Système de transport et tourisme -interaction et évolution- : Moyens et infrastructures de transport entre nécessité et plaisir, mémoire de Master Recherche, France, Université du Havre en France, Septembre 2006.

² Idem

Au 15^{ème} siècle le voyage commença à être considéré comme un moyen d'acquérir le savoir. Au 17^{ème} siècle, apparaît le tourisme gastronomique. Au 18^{ème} siècle, en Angleterre, les voyages concernaient les nobles du pays qui envoyaient leurs jeunes fils à l'étranger, c'était des voyages initiatiques pour la connaissance, le savoir et l'esprit de l'aventure pour leurs futures carrières diplomatiques. Au début du 19^{ème} siècle, le phénomène inverse se produit, la classe aristocratique écartée du pouvoir politique par la révolution en 1789, se sont convertis en touristes rentiers. Cette nouvelle classe de touristes va cultiver l'oisiveté, et susciter de nouvelles destinations plus exotiques et plus stimulantes.

I-2-1- Le tourisme ; accessible par la classe minoritaire aisée.

Peu après, le tourisme qui concerne une classe minoritaire aisée et désœuvrée qui avait comme destinations des régions riches en histoire ou des zones au climat particulièrement agréable et doux. Ces voyages ont tous perdu leur esprit d'aventure et ne se font que dans des sentiers bien balisés empêchant le contact avec les autochtones et l'échange de culture, pour se réduire à un aspect particulièrement snobinard et hautin dénuée de toute curiosité.¹

Ce n'est qu'à la fin du 19^{ème} siècle et le début du 20^{ème} que la bourgeoisie par imitation du modèle aristocratique accède au tourisme, elle profite d'un aménagement de temps (alternance tourisme, travail), le cinéma et la photographie leur permirent de voir à l'avance à quoi ressembler leurs destinations futures tuant tout effet de surprise.

Désormais, on voyage pour confirmer les images qu'on a vues précédemment. Ces deux siècles connaissent une évolution importante du tourisme et sa transformation en un véritable facteur de développement des territoires comme le signale Pierre Torrente : *« Il est sans doute plus pertinent de considérer que le phénomène touristique en tant que facteur de développement d'un territoire est apparu aux 18 et 19^{ème} siècle. En effet c'est à partir de cette époque que sont réunies simultanément les trois conditions qui permettent de considérer le tourisme comme une activité facteur de développement. Il s'agit du temps libre, des moyens financiers et de la liberté, pour les touristes, de se déplacer et, pour les populations locales, d'accueillir »*².

L'essence même du tourisme se transforme, la démocratisation des moyens de transport ; notamment l'automobile, le train, l'avion...etc., la multitude d'images provenant de toutes les régions du globe par le biais de la télévision et le cinéma, l'augmentation du niveau de vie et les nouveaux acquis sociaux, tous ces facteurs ont permis la naissance d'un nouveau type de

¹ BELBACHA Mohamed Lamine. *La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable : cas de Constantine*, mémoire de magistère, université de Constantine, Juin 2011, p 15

² TORRENTE Pierre. *Développement durable, tourisme et territoire. Quelques éléments préalables pour une approche systémique.*

tourisme : le tourisme de masse. Celui-ci s'est développé à peu près à la même époque dans les démocraties occidentales. C'est la France qui donne le ton en 1936 avec le front populaire, ouvrant ainsi la voie aux réformes sociales. La grisaille du paysage, la croissance urbaine, l'émiettement des taches rendent nécessaire une compensation. (GOURIJA, S. 2007).

Finalement, le tourisme est devenu un phénomène majeur de la fin du 20^{ème} siècle, sa démocratisation a fait que les flux de touristes ne cessent d'augmenter, booster par la hausse du pouvoir d'achat et la révolution des transports. En somme ; la transition est accomplie d'un tourisme d'élite à un tourisme de masse.

I-2-2- Le tourisme durable : une nouvelle tendance environnementale.

A la fin des années 1970, des effets indésirables du tourisme de masse ont commencé à se sentir, les écosystèmes fragiles des zones exploitées et l'authenticité des cultures locales sont menacées, d'où une prise de conscience de la fragilité de la ressource, à ce sujet ; un article de R.WBUTLER paru en 1980 s'intitulant « *le cycle de vie du lien touristique* » se conclue de la manière suivante « *Les attractions touristiques ne sont pas infinies et éternelles, mais doivent être considérées et traitées comme des ressources finies et non renouvelables. Elles pourraient être plus attentivement protégées et préservées. Le développement de lieu touristique doit être conservé dans les limites de capacité prédéterminées et son potentiel de compétitivité maintenu pendant une plus longue période* »

Le tourisme durable est une nouvelle tendance qui donne autant d'importance aux besoins présents des touristes qu'à la pérennité de la ressource pour les générations futures. Afin d'établir une définition courte et compréhensible par tous, du concept de tourisme durable sur une vision plutôt large et imprégnée d'une éthique humaniste, que l'on peut ainsi résumer : « *un tourisme soucieux de respecter l'environnement, répondant aux besoins des loisirs humains tout en protégeant et en conservant les milieux d'accueil, sans négliger pour autant les nécessités économiques et socioculturels de tous les acteurs concernés par les activités touristiques*»¹.

I-3-Les dimensions du concept tourisme.

L'expansion du concept tourisme a été faite par les dimensions que nous proposons de décrire successivement : sociologique, psychologique, technologique, politique et économique.

¹ LOZATO-GIOTART Jean-Pierre et al. Management du tourisme : les acteurs, produits les marchés et les stratégies, Pearson, 2004, p. 343

1-3-1- Le tourisme : une dimension sociologique.

Avant la Révolution Industrielle, la société se structurait autour des jours d'activités, des jours chômés et des jours consacrés à Dieu. Avec la révolution industrielle, cette structuration du temps est rompue. Le temps est avant tout consacré à la valeur du travail. Le temps de repos est alors vu comme la reproduction de la force de travail. Ce temps libre est perçu dans son intérêt qu'il peut apporter à un travail plus efficace. Indicateurs

1-3-1-1- Des facteurs socioculturels.

La métamorphose qu'occasionne un travail toujours plus productif, permet la création d'un temps libéré au-delà du simple temps de repos. La pratique de loisirs se diffuse alors. Le loisir n'est pas seulement un temps mais une activité permettant autre chose que la récupération, il intègre la notion de plaisir.

Pour Dumazedier, le loisir se résume dans quatre D : « *Délassement, Divertissement, Développement et Désintéressement* »¹. A partir du XXème siècle, le temps de repos augmente à 2 jours par semaine. Cela va favoriser les déplacements et avec la généralisation de l'automobile, on voit apparaître un tourisme de proximité. Le tourisme fait partie des activités de loisir que le temps libéré octroie aux individus. Le temps libéré a bien entendu favoriser le développement du tourisme, même s'il n'existe pas de concordance des temps entre l'histoire du tourisme et celle de la croissance du temps libéré de travail (Aznar, 1978).

1-3-1-2- Des facteurs sociodémographiques.

Nous présentons au travers de l'examen de quatre variables, les principaux facteurs sociodémographiques pouvant avoir une influence sur la consommation touristique : la classe sociale, l'âge, la structure des ménages et les facteurs psychologiques.

La classe sociale : L'appartenance à une catégorie socioprofessionnelle présente des différences en ce qui concerne, le taux de départ, la durée, le contenu et la qualité des vacances. Les cadres et les personnes exerçant une activité intellectuelle supérieure sont souvent plus nombreux à partir tandis que le taux de départ des retraités, ouvriers et salariés agricoles est souvent faible. Ces tendances s'expliquent en partie par des raisons financières mais également par des contraintes professionnelles ou des modèles culturels différents.

¹ Cazeneuve Jean. Dumazedier Joffre, Vers une civilisation du loisir ? . In: Revue française de sociologie. 1962, 3-4. pp. 455-456.

L'âge : Selon Leiper (2004), les jeunes adultes ont une meilleure propension à voyager que les adultes d'âge avancé. L'âge est une variable déterminante des départs en vacances ainsi que des choix d'un type de vacances et du mode de transport et d'hébergement.

La structure des ménages : La structure du ménage a également des conséquences sur la consommation touristique. Les évolutions de ces dernières années (la multiplication des ménages sans enfants, l'importance des ménages inactifs, l'accroissement du nombre de personnes célibataires) entraînent des modifications profondes dans la structure de la demande de vacances et constitue une nouvelle fragmentation de la clientèle (Py, 1996) propice à la création de nouveaux marchés.

1-3-2- Le tourisme : une dimension psychologique.

Cette dimension peut aussi rentrer en compte dans le choix d'une destination. En effet, pour Dewailly et Flament (2000) le tourisme répond à des besoins physiologiques et psychologiques, et « *le choix d'un lieu est influencé par la perception et la connaissance plus ou moins précise que l'on peut en avoir. Suivant l'origine des visiteurs, un même espace n'a pas la même signification, et donc le même attrait* »¹.

1-3-3- Le tourisme : une dimension technologique.

La croissance du tourisme est due en grande partie à l'amélioration de l'efficacité des transports (Huybers et Bennett), ainsi qu'aux réductions de coûts et de prix des moyens de locomotion. Les améliorations des transports, des infrastructures et des instruments de navigation n'ont cessé de croître, d'où un nouveau rapport espace-temps. En 1869, la ligne ferroviaire transcontinentale entre New York et San Francisco a permis de réduire la durée de la traversée du continent américain de six mois à une semaine.² Ainsi, la réduction du temps du voyage et l'amélioration du confort des moyens de transport sont incitatifs aux déplacements.

En plus des révolutions perpétuelles des transports, le tourisme a connu une révolution technologique majeure. En effet, à partir des années soixante dix, les CRS (Computer Reservation System) et GDS (Global distribution system) vont le bousculer. Ces technologies, comme l'Internet, vont marquer définitivement l'évolution de l'organisation touristique.

¹ DEWAILLY Jean-Michel, FLAMENT Emile. Le tourisme, collection Campus, SEDES, 2000, p.49

² ALDEBERT Bénédicte. Technologies de l'information et de la communication et innovation : Implications organisationnelles et stratégiques dans les entreprises touristiques des Alpes maritimes, thèse de doctorat, NICE, université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Décembre 2006, p 36

1-3-4- Le tourisme : une dimension politique.

Selon Py (1996), l'action des pouvoirs publics visant à favoriser le tourisme peut passer par des mesures n'ayant pas directement trait au tourisme. Ils peuvent donc intervenir de manière directe (par exemple, la mise en place de chèques vacances) ou indirecte (par exemple, en légiférant sur la protection de l'environnement) sur le développement du tourisme.

1-3-5- Le tourisme : une dimension économique.

Cette dimension est étroitement lié à des variables socio-économiques, comme les niveaux de revenus, la variation des prix et le taux de change et à des variables plutôt politiques, à titre d'exemple, l'instauration d'une monnaie unique et le niveau de la TVA (la Taxe sur la Valeur Ajoutée).

I-4- Les différentes formes de tourisme.

On peut définir les formes de tourisme selon divers caractéristique :

I-4-1- Le tourisme : un changement de lieu.

-Tourisme émetteur : Comprend les activités d'un visiteur résident hors du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme émetteur ou d'un voyage de tourisme interne¹.

-Tourisme intérieur : comprend le tourisme interne plus le tourisme récepteur, soit les activités des visiteurs résidents et non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme interne ou international².

-Tourisme interne : Il comprend les activités d'un visiteur résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage de tourisme interne ou d'un voyage du tourisme émetteur³.

-Tourisme international : comprend le tourisme récepteur plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou du tourisme émetteur, et les activités des visiteurs non résidents à l'intérieur du pays de référence dans le cadre de voyages du tourisme récepteur⁴.

¹ « Comprendre le tourisme : glossaire de base » [enligne] <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>

² Idem

³ Idem

⁴ Idem

-Tourisme national : comprend le tourisme interne plus le tourisme émetteur, c'est-à-dire les activités des visiteurs résidents à l'intérieur et en dehors du pays de référence, dans le cadre de voyages du tourisme interne ou émetteur¹.

-Tourisme récepteur : Comprend les activités d'un visiteur non résident dans les limites du pays de référence, dans le cadre d'un voyage du tourisme récepteur².

L'O.M.T propose la classification des motifs de visite suivante ³: Loisirs, détente et vacances ; Visites à des parents et amis ; Affaires et motifs professionnels ; Traitement médical ; Religion et pèlerinages ; Autres.

Selon ces motifs de visite, d'autres formes du tourisme sont déterminées, dans ce qui suit nous nous contenterons de citer les types les plus fréquents et les plus représentatifs tout en donnant une petite définition à chacun des types retenus.

1-4-2-Le tourisme balnéaire.

On appelle tourisme balnéaire, le tourisme ayant pour destination les vacances au bord de mer. Il constitue la forme de tourisme la plus répandue dans le monde⁴, c'est la première destination touristique en Algérie avec 36 % des nuitées⁵. La côte, la plage, la mer et le soleil sont des attraits indéniables pour les touristes. D'ailleurs le tourisme balnéaire est la première forme touristique apparue.

1-4-3-Le tourisme en zone de montagne (montagnard).

La montagne connaît deux types de fréquentation touristique aux caractéristiques différentes : l'une liée aux sports d'hiver qui concerne une population assez restreinte, sur une période limitée et un territoire étroit aménagé pour la pratique du ski. L'autre, essentiellement estivale, concerne l'ensemble du territoire de montagne, notamment les espaces protégés et attire un public plus large pour des randonnées ou des campings⁶.

Le développement des stations de sports d'hiver a entraîné une artificialisation des paysages montagnards pour la construction des domaines skiables eux-mêmes

¹ Idem

² Idem

³ <http://www.tourisme-solidaire.org/ressource/pdf/etude1.pdf>

⁴ <http://dictionnaire.sensagent.com/tourisme%20baln%C3%A9aire/fr-fr/>

⁵ SDAT de la wilaya de Skikda (2013)

⁶ BELBACHA Mohamed Lamine. La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable : cas de Constantine, mémoire de magistère, Constantine, université de Constantine, Juin 2011, p

mais aussi pour tout le développement urbain induit (routes d'accès, lignes à haute tension, logements et commerces). La France compte le plus grand domaine skiable d'Europe, avec 1 618 km², contre 840 km² pour la Suisse, 790 km² pour l'Autriche et 750 km² pour l'Italie. (Institut Français de l'Environnement, 2009).

1-4-4-Le tourisme culturel.

Le tourisme culturel est centré sur la culture, l'environnement culturel (incluant les paysages de la destination), les valeurs et les styles de vie, le patrimoine local, les arts plastiques et ceux du spectacle, les industries, les traditions et les ressources de loisirs de la communauté d'accueil. Il peut comprendre la participation à des manifestations et des événements culturels, des visites de musées et monuments et la rencontre avec des locaux. Il ne doit pas seulement être considéré comme une activité économique identifiable, mais plutôt comme englobant toutes les expériences vécues par les visiteurs d'une destination au-delà de leur univers de vie habituel. Les voyages culturels sont effectués en petits groupes et souvent animés par un conférencier spécialiste du thème choisi. (Programme Européen sur l'impact du tourisme culturel PICTURE).

1-4-5-Le tourisme rural (vert).

Toute activité touristique qui se déroule à la campagne peut être qualifiée de tourisme rural. Cependant, l'agritourisme, qui a l'agriculture pour terrain de base, va au-delà d'un simple séjour à la campagne en permettant au client de rencontrer les agriculteurs qui les reçoivent chez eux, de découvrir leur mode de vie et leurs produits. L'agritourisme ne représente que 2 % du tourisme rural, mais tend à se développer depuis les années 1980 dans le monde¹.

1-4-6-Le tourisme d'affaires.

Le tourisme d'affaires désigne les déplacements à but professionnel. Il combine les composantes classiques du tourisme (transport, hébergement, restauration) avec une activité économique pour l'entreprise comprenant quatre types d'activités.

- Les congrès et les conventions d'entreprise,
- Les foires et les salons,
- Les réunions de stimulation, séminaires et réunions d'entreprises,
- Les voyages d'affaires individuels.

¹LE GLOSSAIRE DU TOURISME, [enligne] <http://www.bourse-des-voyages.com/glossaire-tourisme/tourisme-culturel.html>

1-4-7-Tourisme de découverte économique.

Plusieurs appellations sont employées pour qualifier cette filière: tourisme industriel, scientifique ou technique, visites d'entreprises, ou tourisme de découverte économique, mais seule la dernière a les faveurs des spécialistes de la filière, que ce soit les chambres de commerce et d'Industrie, les comités de tourisme, les chefs d'entreprises ou les journalistes; en effet, elle évoque à la fois :

- L'approche industrielle, artisanale, agricole en activité ou non, sans omettre les établissements ne produisant pas (cas par exemple des laboratoires scientifiques).
- La dimension touristique, à travers la promotion et la valorisation d'un territoire.
- La découverte par des touristes des entreprises en activité, sans oublier celles ne produisant plus et donc entrant dans le domaine patrimonial. Le tourisme de découverte économique peut être défini comme la découverte par le public des sites valorisant les techniques de production et les savoir-faire appartenant à l'histoire industrielle nationale ou locale : musées, écomusées, sites industriels espaces dédiés à une activité industrielle spécifique ...etc.

Le tourisme scientifique inclut les sites dont l'objectif est la diffusion de la culture scientifique auprès du public : musées scientifiques, sites de patrimoine scientifique, cités scientifiques, centres de culture scientifique, centres de sciences.

1-4-8-Le tourisme urbain.

Le tourisme urbain apparaît comme un véritable enjeu (gisement touristique) pour les villes, par la production d'images valorisantes susceptibles d'accroître leur attractivité, mais aussi par les retombées économiques escomptées. Cependant, la ville est une destination complexe, difficile à cerner et à appréhender, car elle est multiforme (tourisme d'affaires, tourisme d'agrément, vacances, courts séjours, tourisme de passage...) avec des durées de séjour qui varient fortement.¹

Le tourisme événementiel, qui propose des formules comprenant l'entrée à un événement généralement d'ordre culturel (concert, comédie musicale, exposition universelle) ou sportif (championnats internationaux, coupe du monde), contribue largement à l'essor du tourisme urbain. Il est toutefois important distinguer deux types d'évènements :

- Les évènements réguliers, organisés tous les ans à la même période et dans le même territoire.
- Les évènements « one shot », qui n'ont vocation à être organisés qu'une seule fois dans le territoire (évènement itinérant comme les Jeux olympiques).

¹ Le Bureau de la stratégie, Direction du Tourisme, France, septembre, 2002

1-4-9-Le tourisme de masse.

Le tourisme de masse est né avec les congés payés dans les années 1930. Il se développe à partir des années 1960, notamment avec l'apparition des voyages à forfaits. Il a permis à des catégories de personnes qui n'y avaient jamais eu accès de prendre des vacances, voire de connaître d'autres pays et d'autres cultures. Du fait de l'énorme augmentation des populations présentes sur les lieux touristiques à certaines périodes, le tourisme de masse peut avoir des effets négatifs sur la culture, l'environnement et l'économie des pays visités comme le gaspillage d'eau potable, denrée rare et précieuse dans les pays du Sud. Ce qui conduit à imaginer un tourisme durable fondé sur la découverte et le respect des pays visités et de leur culture.

1-4-10-Le tourisme responsable.

C'est un type de tourisme alternatif. Il en existe plusieurs formes: vert, responsable, équitable et solidaire, social, écotourisme, autant d'alternatives possibles au tourisme classique. En s'appuyant sur des initiatives locales, le tourisme responsable relève du tourisme classique (loisir, affaires...). Il vise la rencontre authentique entre les voyageurs et les populations locales, la préservation à long terme des ressources naturelles, culturelles et sociales, le développement économique et l'épanouissement des populations locales (par l'implication dans l'économie locale, une rémunération juste et stable des partenaires, des conditions de travail décentes, des échanges de connaissances et de bonnes pratiques...).

I-5- Le touriste : un voyageur passant.

Le voyageur, un acteur clé de l'activité touristique. « *Un voyageur est une personne qui se déplace entre deux ou plusieurs pays ou entre deux ou plusieurs localités dans son pays de résidence habituelle* » (Nations unies, 1993).¹ Le voyageur qui intéresse l'ensemble des offreurs du tourisme est le voyageur visitant par opposition au voyageur passant; l'ensemble des voyageurs visitant peut être reparté en trois sous-ensembles (**figure n° 03**) :

- personnes dont la visite n'entraîne pas une nuit passée à l'extérieur du domicile habituel, appelées les excursionnistes ;
- personnes dont le déplacement entraîne *trois nuits consécutives, ou moins, hors de leur domicile habituel*, ou touristes court séjour;
- personnes dont le déplacement entraîne *au moins quatre nuits consécutives hors* du domicile habituel, ou touristes long séjour. La limite supérieure de la durée du séjour est fixée à moins

¹ <http://www.tourisme-solidaire.org/ressource/pdf/etude1.pdf>

d'une année bien que le visa de séjour touristique soit limité à trois mois dans de nombreux pays, comme aux USA et en France. Nous représentons une telle articulation dans le schéma suivant:

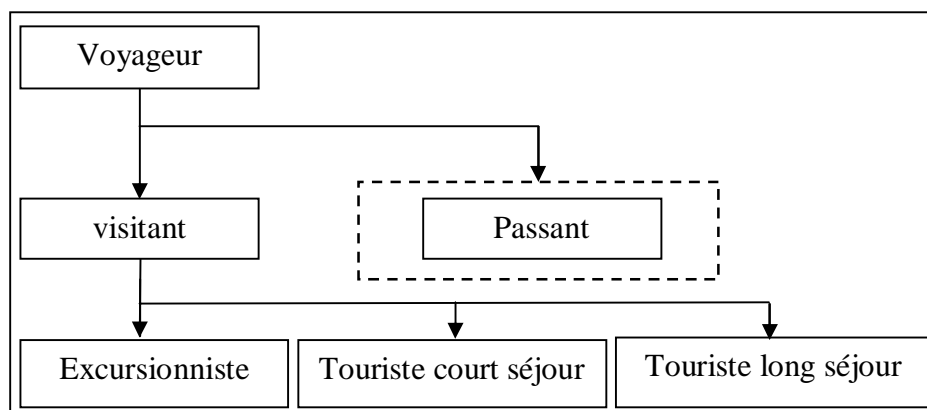


Figure n° 03: du voyageur au touriste

Source : LOZATO-GIOTART Jean-Pierre et al. *Management du tourisme : territoires, offres et stratégies*, p7

I-6- Le produit touristique.

Pour préciser dans la nature du tourisme, il revient d'expliciter le produit touristique. (Toquer et Zins 1993) ¹ le définissent comme l'offre faite à un touriste qu'il soit présent ou potentiel, afin de le satisfaire sur place. Le produit touristique met ainsi en œuvre tout un ensemble imbriqué de structures physiques et industrielles et des services de natures différentes, permettant de satisfaire les besoins et la volonté des touristes. C'est *la combinaison d'un ensemble de prestations de services (transport, hébergement, restauration, etc.) et de produits qui sont séparés dans l'espace et qui sont consommés dans le temps*². Nous pouvons ainsi définir le produit touristique comme l'ensemble des services et biens finals proposés par le secteur touristique aux consommateurs.

I-6-1- Conception du produit touristique.

Le produit touristique est un « *assemblage complexe d'éléments hétérogènes* »³ que l'on peut décomposer entre :

a-un patrimoine de ressources naturelles et culturelles, artistiques, historiques ou technologiques qui vont attirer le touriste et l'inciter au voyage. Ainsi, les consommateurs achètent un usage temporaire d'un environnement qui leur est étranger. Le produit touristique doit offrir une attraction touristique ;

b-des équipements tels que les hôtels, restaurants, musées, stades, etc. ;

¹ ALDEBERT Bénédicte. Technologies de l'information et de la communication et innovation : Implications organisationnelles et stratégiques dans les entreprises touristiques des alpes maritimes, thèse de doctorat, NICE, université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Décembre 2006, p53

² Idem

³ Hollier Robert et al. *Le marketing touristique*, s.l, PUF (Que sais-je), 2001, pp. 22-23

c-des facilités d'accès en relation avec le mode de transport (avion, bateau, car, voiture, train) ;
e-de l'information, avant la décision d'achat, après la décision d'achat, avant le voyage, pendant le voyage et après le voyage.

$$X = R + E + T + P + I + H + Tps$$

Selon cette décomposition, on note une représentation du produit touristique X comme la combinaison de plusieurs éléments tels que les ressources de la destination R (cela correspond aux raisons de déplacement des touristes, un événement, un lieu à visiter, une réputation,..) ; les équipements qui sont sur place lui étant associés E ; les transports T ; les différentes prestations d'organisation du voyage P, les informations I, une intervention humaine H et du temps Tps.

I-6-2- La chaîne des services liés au voyage

Selon une autre approche¹, ces éléments qui forment le produit touristique sont appelés ressources et sont répartis en trois types de ressources, les ressources primaires, secondaires et complémentaires.

I-6-2-1- Les ressources primaires

Ils comprennent l'ensemble des lieux (site naturel, église, musée, aquarium, ...), activités (brocante, festival, ...) ou caractéristiques (ensoleillement, paysage, gastronomie, ...) d'un territoire qui sont objets de tourisme, qui motivent le déplacement depuis le lieu de résidence habituel à des fins de loisir et jouent donc un rôle déclencheur pour les pratiques touristiques.

I-6-2-2- Les ressources secondaires

Ils rassemblent pour leur part les éléments (lieux, activités, caractéristiques) d'un territoire au service d'un tourisme déclenché par les ressources primaires et qui ne sont pas au service des résidents. Elles comprennent pour l'essentiel des éléments ayant trait à l'accessibilité (information, fléchage, stationnement, ...), à la restauration et à l'hébergement.

I-6-2-3- Les ressources ou éléments complémentaires.

Ils étoffent la gamme des services offerts aux touristes. Elles consistent notamment en commerces, espaces verts ou rues piétonnes. Les ressources secondaires et complémentaires relèvent de la logique de faciliter le déplacement vers et le séjour dans une destination donnée. Le tourisme est, aussi, une activité qui s'exerce en plusieurs lieux différents, depuis l'endroit où

¹ « Introduction : du tourisme au système touristique » [enligne]
http://homepages.ulb.ac.be/~jmdecrol/Upload_enseignement/TOURF408_Textes.pdf (consulté le 23 Juin 2013)

vit le client potentiel (à l'étranger, dans certains cas) jusqu'à son retour chez lui. Le produit touristique est assemblé, il suppose des ressources naturelles et industrielles et une intervention humaine. Dans un processus temporel de consommation du bien touristique, le touriste consomme les composantes du produit final, une à une: avant, pendant et après le voyage.

Ainsi, l'élaboration d'un produit touristique implique aussi la conceptualisation la planification, l'image et la présentation du produit en question. Ce sont tous les maillons de la chaîne des services liés au voyage qui sont pris en considération (**figure n° 4**) : faire connaître le produit au client, veiller à ce qu'il soit satisfait pendant son séjour, et l'inciter à revenir ou à parler autour de lui de son expérience réussie.

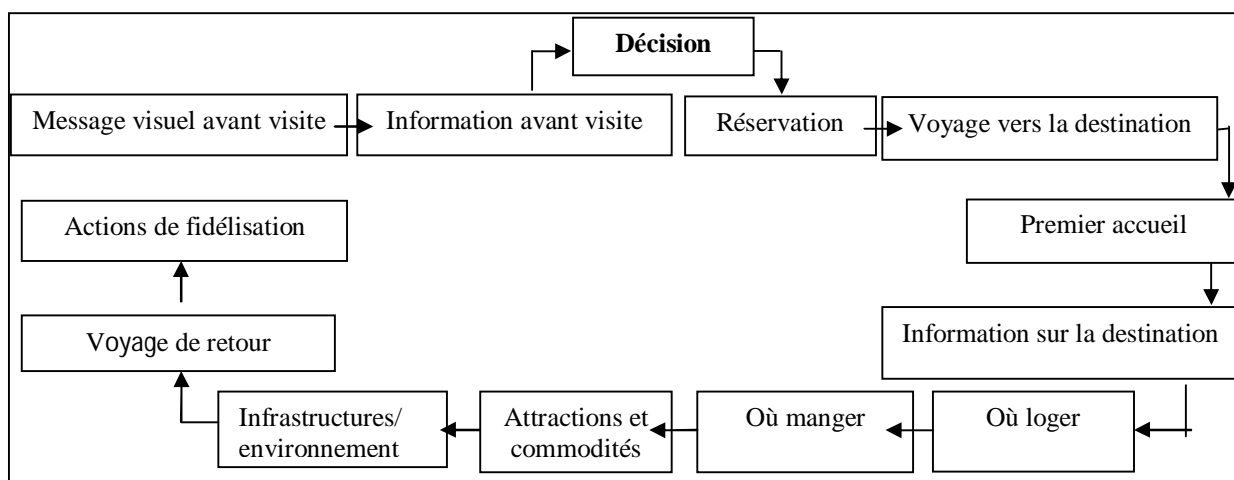


Figure n° 04: La chaîne du tourisme, **Source :** « Vers un tourisme durable basé sur le patrimoine naturel et culturel » [enligne] http://www.tourismes.info/Tourisme_europeen/Offre.pdf

I-7- Le tourisme : une chaîne de synergies développées

La valeur de la chaîne est tributaire des synergies développées ; plus qu'ailleurs, un plus un doit faire trois en tourisme ; toute faiblesse, voire défaillance, d'un des maillons de la chaîne de prestations affecte celle-ci tout entière, le maillon faible entachant la qualité de l'ensemble¹.

Pour que ces divers maillons fonctionnent, à long terme, de manière efficace et durable sur l'ensemble de la destination, il convient que la chaîne respecte trois principes fondamentaux²:

I-7-1- La concertation pour le tourisme.

Le tourisme dépend directement d'un large éventail de services et d'activités. Il est donc particulièrement important que les destinations touristiques créent des partenariats et

¹ DARBELLAY Frédéric et STOCK Mathis. *Penser le touristique : nouveau paradigme ou interdisciplinarité ?* Espace temps.net

² « Vers un tourisme durable basé sur le patrimoine naturel et culturel » [enligne] http://www.tourismes.info/Tourisme_europeen/Offre.pdf

encouragent la participation de tous les acteurs concernés, qu'il s'agisse du secteur public, du secteur privé ou de la population locale.

I-7-2- L'esprit d'initiative pour le tourisme.

Le tourisme est un secteur où s'exercent pleinement les lois du marché. Aussi les entreprises doivent-elles faire preuve d'imagination pour s'y implanter, et y offrir un produit économiquement viable. Ce produit ne doit pas seulement être suffisamment original pour distinguer la destination de ses concurrents: il doit également être présenté de manière conviviale pour atteindre la clientèle visée.

I-7-3- La mesure en toute chose pour le tourisme.

Un équilibre doit être trouvé à tous égards: l'offre ne doit pas dépasser la demande; le prix doit être calculé de manière à convenir au client tout en assurant le remboursement des investissements; et les produits doivent être suffisamment variés et diversifiés pour que les visiteurs soient satisfaits.

Le patrimoine naturel et culturel qui sous-tend le développement touristique doit non seulement être sauvegardé, mais faire l'objet d'une mobilisation quant à sa valeur et à ses besoins en termes de conservation. Enfin, la population locale doit pouvoir bénéficier des gains engendrés par le tourisme au travers d'une amélioration de son niveau de vie et d'échanges culturels constructifs.

Le développement touristique doit respecter les trois piliers de la durabilité (économique, environnementale et sociale), et tempérer son action de manière à garantir une répartition équitable des avantages qui lui sont associés. Le tourisme représente un domaine complexe et mondialisé, dont l'importance, sur les plans économique et social, n'est plus à démontrer.

I-8- Réussir un produit touristique durable.

Dans ce qui suit, nous allons présenter les principaux facteurs de succès du tourisme :

I-8-1-Importance du patrimoine.

Il s'agit d'un aspect décisif, dans la mesure où il serait vain de vouloir développer une région dont les atouts naturels et culturels sont peu nombreux et ne présentent qu'un intérêt limité. Le développement reste possible, mais difficile d'en faire un produit durable. Disposer d'un patrimoine important, constitue un atout majeur car il agit comme une véritable balise pour l'ensemble de la région.

I-8-2-Originalité.

Cette caractéristique diffère de l'importance, dans la mesure où elle distingue un site particulier d'un autre, et où elle lui confère des arguments de vente exclusifs. Tous les éléments de la chaîne touristique y participent: segments de marché soigneusement ciblés, produits et services de qualité, authenticité du centre d'intérêt proposé, forte identité locale, entre autres.

I-8-3-Regroupement.

Les éléments du patrimoine naturel et culturel sont souvent dispersés, et un site présente rarement, à lui seul, un intérêt qui mérite le déplacement; le regroupement permet, en revanche, grâce à des agrégations ou au tracé d'itinéraires, on mobilise une masse critique de visiteurs.

Le regroupement ne suffit pas toujours, et la destination a souvent besoin d'un centre d'intérêt majeur - ou pôle de croissance – sur lequel viennent se greffer une série de petites attractions secondaires.

I-8-4- Création d'une image et d'un réseau.

Proposer le bon produit ne résout qu'une partie du problème: encore faut-il convaincre les touristes potentiels de l'adopter. La création d'une image est une manière classique d'inciter le consommateur à acheter un produit plutôt qu'un autre, et cette technique fonctionne dans le tourisme comme dans n'importe quel autre secteur. La création d'un réseau est une autre manière de se construire une réputation.

I-8-5-Un accès.

Le climat et la distance sont des critères essentiels pour choisir une destination. Généralement, plus une destination touristique est éloignée des grandes villes, plus ses conditions climatiques sont extrêmes, plus une région éprouve de difficulté à attirer les touristes. Les régions de ce type accordent une attention particulière au choix de leur marché.

I-8-6-Un Partenariat.

La motivation qui sous-tend le développement d'un tourisme durable est particulièrement importante dans le cas des destinations non traditionnelles. Le processus de développement s'y amorce souvent à l'initiative d'une entité particulière, qu'il s'agisse d'une institution publique ou privée, ou d'une association concernée par la conservation du patrimoine naturel ou culturel.

I-8-7-Planification stratégique et durabilité.

Le développement d'un produit touristique réussi et durable exige l'élaboration d'une stratégie globale impliquant l'ensemble des acteurs clés. Le dernier élément indispensable au développement d'un tourisme durable est la conservation du patrimoine naturel et culturel.

I-8-8-Accessibilité.

Il s'agit d'un concept différent de l'accès, puisqu'il concerne la présentation du patrimoine culturel et naturel régional sous une forme compréhensible, agréable et didactique. Faute d'une telle présentation, il est peu probable que le touriste recommande l'endroit à d'autres personnes. Le concept de l'accessibilité sera développé dans le chapitre suivant

Conclusion.

Au fil du temps, le tourisme a connu un essor continu, il s'est diversifié pour devenir l'un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide au monde. Désormais, il est considéré comme un moteur du développement durable par ses impacts sur les autres secteurs.

A présent et en vue de tous ce que nous avons rassemblé et lu sur l'activité touristique d'une manière générale, il est devenu évident pour nous que le tourisme peut être un moteur de développement économique dont le potentiel est en constante progression.

Il constitue une solution pour tous les pays, qui présentent un patrimoine naturel ou culturel ou les deux à la fois et afin de pouvoir propulser l'activité touristique, nous devons réfléchir à remodeler ces ressources primaires en un produit touristique cohérent et diversifié en optant pour des éléments ayant trait à l'accessibilité, à la restauration et à l'hébergement dans une logique de rendre possible et/ ou faciliter le déplacement vers et le séjour dans une destination donnée.

CHAPITRE II : L'ACCESSIBILITÉ TOURISTIQUE ; UN PROJET URBAIN.

Introduction.

Dans le contexte de développement touristique, vu son importance pour les territoires, nous signalons que le site le plus spectaculaire, le monument le plus remarquable ne devient touristique qu'à partir du moment où il devient accessible. La réduction de la distance-temps et de la distance-coût l'ouvrira au tourisme de masse ; à contrario, l'isolement, l'enclavement ou la cherté de l'approche le priveront de toute fréquentation, et déboucheront sur des formes très spécifiques, allant de l'isolat luxueux aux initiatives pionnières réduites et aventureuses.

Le développement de nouvelles techniques de transport ou le perfectionnement de techniques existantes, en augmentant les vitesses, ont entraîné la contraction de l'espace – temps rapprochant des destinations spatialement éloignées. La mobilité des flux d'information assurée par les nouvelles technologies (voir l'Internet, la communication satellitaire, GPS) vient compléter cette tendance.

L'accessibilité physique ou virtuelle, matérielle ou informationnelle voire l'Accessibilité Touristique, est un aspect qui compte beaucoup pour le touriste contemporain.

II-1- Accessibilité : définition du concept.

L'accessibilité est un concept polysémique ; l'accessibilité d'un lieu, d'une fonction ou l'accessibilité comme outil d'évaluation de la satisfaction des individus ou encore comme outil d'évaluation de la qualité d'un système de transport. Ben Akiva et Lermann constatent que la littérature sur l'accessibilité se focalise sur ses mesures sans préciser son sens. Selon Could, c'est un concept glissant que chacun utilise à sa guise.

L'accessibilité peut se définir comme : « *la facilité avec laquelle les gens peuvent accéder à des sites d'activité souhaités, tels que les services de l'emploi, du shopping, de soins médicaux ou de loisirs* »¹. Cependant, au delà de cette définition générale, le sens et l'emploi du terme diffèrent notablement selon les champs d'application ou selon les contextes disciplinaires.

II-1-1- Accessibilité : deux perceptions distinctes.

Dans ce sens, nous distinguons essentiellement deux concepts distincts : l'accessibilité dénote pour un individu sa capacité à se déplacer d'un point de l'espace à un autre. Pour un lieu, elle évoque sa faculté d'être atteint par un visiteur ou un client depuis une localisation précise.

¹ GREGORY Derek et al, The dictionary of human geography A John Wiley & Sons, Ltd, Publication.

II-1-1-1- Accessibilité : adaptation des espaces pour les rendre praticables.

La première acception vise l'identification du problème posé par *l'adaptation ou l'inadaptation des compétences que doivent mobiliser les personnes devant accéder aux ressources. L'accessibilité permet alors de poser la question des difficultés que rencontrent les personnes à mobilité réduite pour pratiquer les moyens de transport ou encore pour accéder aux lieux publics. Il s'agit alors d'adapter les espaces et les lieux pour les rendre praticables pour tous les publics*².

II-1-1-2- Accessibilité : franchissement de barrière opposée.

Le second sens que prend l'accessibilité renvoie aux *conditions selon lesquelles les individus peuvent parcourir l'espace et atteindre les lieux, ou aux conditions selon lesquelles des marchandises peuvent être acheminées*³. C'est dans cette seconde acception que nous inscrivons notre recherche.

Dans ce sens, nous commençons par la définition de Morris et al : *« l'accessibilité peut être définie comme une mesure de la séparation spatiale des activités humaines. Elle traduit la facilité avec laquelle les activités peuvent être atteintes étant donné un lieu d'origine et un système de transport »*. Cette définition est enrichie par Masson, pour lui qui l'accessibilité correspond au *« franchissement de la barrière opposée par l'espace au mouvement des personnes et des choses, comme à l'échange des biens, des services et des informations »*, résumons ces définitions nous retiendrons l'approche de Geurs et Wee : l'accessibilité doit refléter l'organisation spatiale et la qualité du système de transport qui offre aux individus la possibilité de participer à des activités localisées en différents points du territoire.

II-1-2- Accessibilité : une organisation spatiale.

L'accessibilité est alors un concept essentiellement spatial, qui *« vise à rendre compte de l'effort à consentir pour parcourir l'espace, dans le but d'atteindre un lieu qui abrite une ressource »*⁴. Cette définition met aussi l'accent sur la spatialité, donc elle place le concept de l'accessibilité dans le domaine de la géographie, sachant que, la notion d'effort traduit la distance à parcourir, mais elle peut aussi être comprise comme un coût, faisant de l'accessibilité un outil de prédilection dans le domaine de l'économie spatiale.

2 L'OSTIS Alain et CONSEA Alexis (2008) «définir l'accessibilité intermodale»

3 Idem

4 L'OSTIS Alain et CONSEA Alexis, «définir l'accessibilité intermodale».

La géographie est « *la science qui étudie la répartition des sociétés en espace* » Lévy et Lussault (2003). Or, l'espace est une affaire de distances et l'homme a toujours voulu la maîtriser. En ce qui concerne la maîtrise de l'espace et de la distance, l'opinion de Lévy et Kaufmann⁵ (association d'un géographe et un sociologue) est intéressante. D'après eux, il n'existe depuis longtemps, que « *trois grands moyens, trois grandes modalités pour gérer la distance : ceux sont la coprésence (la ville), la mobilité, la télécommunication. Dans le premier cas, le contact est direct et stable, dans le deuxième, il est assuré par un déplacement matériel, dans le troisième enfin, par un transfert limité autant que possible à l'information* ».

II-1-2-1- L'accessibilité physique et immatérielle.

Les deux derniers cas nous conduisent à définir deux types d'accessibilité : *une physique, matérielle, assurée par les moyens de transports, par ses infrastructures et une autre informationnelle, immatérielle, sera assurée principalement par les technologies de la communication à distance (NTIC)*⁶. Ces derniers offrent désormais des opportunités d'interaction sociale qui s'ajoutent aux déplacements physiques ou les remplacent parfois « *L'accessibilité était jusqu'à très récemment étroitement liée à la notion de mobilité. Les nouvelles technologies dans les réseaux et les télécommunications ont fait apparaître le télétravail (dont la croissance est actuellement supérieure à 40 % par an, avec une prévision de multiplication par 6 du nombre de télétravailleurs en 5 ans), ainsi que bien d'autres modes de services, ce qui déconnecte aujourd'hui complètement la notion d'accessibilité, liée à un service obtenu dans un temps donné, de la notion de mobilité, liée à un déplacement physique* ».⁷

II-1-3- L'accessibilité : un concept d'interdisciplinarité complexe.

Le concept de l'accessibilité s'avère très complexe, sa compréhension nécessitant une interdisciplinarité entre la géographie, la sociologie, la psychologie, l'aménagement du territoire, les télécommunications et le marketing, une interdisciplinarité des fois difficilement réalisable.

Dans ce qui suit, nous allons nous étaler sur d'autres définitions dans le but de montrer le lien étroit qui existe entre la notion de l'accessibilité et celle de la mobilité, notion liée au déplacement assuré par le système de transport.

5 KAUFFMANN Vincent et LEVY Jacques «Mais où est donc passé l'espace?». Polyrama 122.

6 AXENT Mihaela. Système de transport et tourisme -interaction et évolution- : Moyens et infrastructures de transport entre nécessité et plaisir, mémoire de Master Recherche, France, Université du Havre en France, Septembre 2006, p.

7 Glossaire de développement durable

-« La capacité d'atteindre les biens, les services ou les activités désirés par un individu ». David Caubel⁸

- « L'accessibilité d'un lieu, depuis un autre lieu ou depuis un ensemble d'autres lieux, mesure la facilité du déplacement qui permet d'atteindre ce lieu (...) cette mesure dépend directement de la qualité de liaison entre ces lieux ». Thomas THEVENIN

- L'accessibilité décrit les besoins en déplacements nécessaires aux personnes et aux biens pour relier d'autres lieux ou pour réaliser certaines activités. En d'autres termes l'accessibilité montre ce qui peut être atteint et désigne le prix de la mise en réseau du territoire.

- L'accessibilité d'un lieu mesure le degré de facilité avec lequel ce lieu peut être atteint à partir d'un ou plusieurs autres lieux, en utilisant tout ou une partie des moyens de transport existants (Bavoux et Alii, 2005). Cette mesure dépend directement de la qualité de liaison entre ces lieux, c'est-à-dire de la topologie du réseau, mais aussi de caractéristiques fonctionnelles comme la vitesse autorisée, la largeur des voies ou les perturbations du trafic. Le schéma ci-après (**figure n° 05**) montre bien ce lien à partir des quatre définitions précédentes :

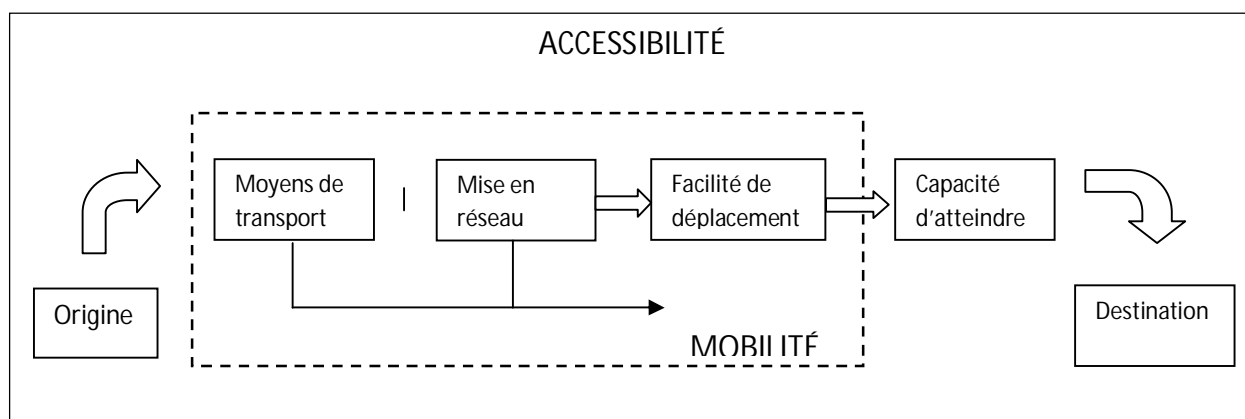


Figure n°05 : Rapport accessibilité/ mobilité
Source : L'auteur (2014).

Le transport apparaîtra pour mieux desservir la mobilité, à partir de l'invention de la roue jusqu'à celle du TGV ou l'avion, ses infrastructures (mise en réseau) et ses outils (moyens de transport) serviront aux intérêts des gens pour se déplacer toujours plus loin.

⁸ Définition de David Caubel, in Outils et méthodes des enjeux/impacts sociaux d'une politique de transports urbains : le concept d'accessibilité, Colloque de l'ASRDLF, Lyon, septembre 2003

L'accessibilité sera le cadeau fait par le transport et permettre au gens de toucher des destinations lointaines. Le système de transports vient servir la mobilité en donnant de l'accessibilité « *Elle se présente comme une offre de mobilité* » Jacques Lévy et Ussault, 2003.

L'accessibilité se mesure par la position d'un lieu en rapport avec les infrastructures de transport qui sont un support aux déplacements. Il s'ensuit que la configuration et la capacité des infrastructures de transport soient un élément clé dans la détermination de l'accessibilité et donc de la localisation des activités humaines. Cette hypothèse a donné lieu à des interprétations du rôle des infrastructures de transport qui sont donc un moyen pouvant augmenter l'accessibilité d'un endroit et par conséquent permettre l'éclosion et le développement économique.

P. Dumolard introduit d'autres indicateurs de l'accessibilité en plus de ceux cités précédemment comme le temps de parcours et l'agrément (le confort) : « *L'accessibilité d'un espace à un lieu central peut être définie comme l'ensemble des chemins minimaux de tous les lieux à ce centre. Les chemins peuvent être évalués en distance physique (parcourue ou perçue), temps de parcours, coût, voire agrément* »¹.

II-1-4- L'accessibilité potentielle.

Une autre approche consiste à intégrer dans la notion d'accessibilité l'intérêt des destinations, on parle alors d'*accessibilité potentielle* (Hansen)². L'accessibilité potentielle est une mesure plus complexe que l'accessibilité géographique, car elle enjoint au concept de distance les attributs pondérés d'un endroit³, elle peut être définie comme étant la quantité de biens, d'emplois ou encore le volume de population qu'un individu peut joindre à partir d'un point donné, compte tenu du niveau d'offre d'infrastructures routières, de son comportement de déplacement et de l'attractivité des destinations possibles. Les opportunités qu'offre le territoire ne prennent de sens qu'à travers les conditions de transport qui permettent d'y accéder, et inversement les conditions de transport offertes par le réseau n'ont d'intérêt qu'en fonction des destinations desservies. Deux types de concepts sont alors mis en balance :

- d'un côté, une quantité de biens ou de services (par exemple, un nombre d'emplois, d'habitants, de commerces, de sites touristiques, ...), ici, on parle de l'accessibilité potentielle qui caractérise les biens ou services accessibles grâce à un mode ou une combinaison de modes de transport ;
- de l'autre, un indice traduisant la plus ou moins grande facilité pour les atteindre (un temps de transport, un coût généralisé, une combinaison associant temps, coût, confort, ...), ici, nous

¹ Pierre Dumolard, *accessibilité et diffusion spatiale*

² Sétra. « Accessibilité des territoires et des services : Notions et représentation » [En ligne]. http://www.setra.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/0837w_rapportAccessibilite.pdf

³ GHENOUCI Ahmed, « Impact des nouvelles infrastructures de transport sur l'accessibilité des villes du Nord-est Algérien »

évoquons l'accessibilité simple qui caractérise les performances du système de transport à relier les lieux.

II-1-5- L'accessibilité : un concept à caractère opérationnel

Se présentant comme concept à caractère opérationnel, l'accessibilité est utilisée aussi en tant que :

- Diagnostic sur la performance d'un réseau de transport ou pour qualifier l'efficacité d'un réseau (efficacité).
- Critère d'évaluation de projet, de politique de transport ou de comparaison entre deux ou plusieurs variantes de projet (évaluer un scénario d'aménagement de transport en termes d'accessibilité)
- Critère de qualification d'une démarche d'aménagement de territoire ou de diagnostic portant sur un territoire.
- Indicateur de l'efficacité d'une zone de chalandise (port, surface commerciale).

Nous proposons de définir l'accessibilité comme la plus ou moins grande facilité avec laquelle il est possible de se rendre en un lieu ou de partir d'un lieu, d'obtenir un service dans un temps donné et d'utiliser les biens et les services offerts par ce lieu. Elle comprend :

- La mobilité, une notion qui est liée au déplacement
- La communication et la compréhension notions liées à l'échange d'informations.

II-1-6- Mesurer l'accessibilité.

Parce que de nombreux géographes et planificateurs estiment que l'accès aux biens et aux services essentiels est un indicateur important de la qualité de vie, les mesures d'accès sont utilisées pour comparer les niveaux d'accessibilité des différents groupes de personnes et ménages, ou des différents lieux ou endroits.

Le C.E.R.T.U¹ regroupe sous le vocable de l'accessibilité plusieurs réalités différentes :

- L'accessibilité spatiale renvoie à l'accès aux fonctions urbaines grâce à l'utilisation d'un réseau de transport.
- L'accessibilité sociale intègre les inégalités individuelles et/ou géographiques dans l'accès aux fonctions urbaines.
- L'accessibilité physique s'attache à favoriser l'accès des personnes à mobilité réduite aux fonctions urbaines.

¹ Centre des Etudes sur les Réseaux, transports et l'Urbanisme

Le terme initial d'accessibilité, au sens de l'accessibilité spatiale, intègre les contraintes physiques et sociales dans la possibilité d' « accéder à », ce qui nous aide à comprendre pourquoi l'accessibilité peut être envisagé comme un concept opératoire, pour être opératoire, un concept doit pouvoir se mesurer (Mercier, 2008)¹.

Selon F. Choay et P. Merlin dans le dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, l'accessibilité est la possibilité d'accès à un lieu ou à partir d'un lieu. L'accessibilité caractérise le niveau de desserte et influe fortement sur le niveau des valeurs foncières. On peut mesurer l'accessibilité spatiale à partir d'un point (lieu de résidence) de plusieurs façons :

- Par « tout ou rien » : ce lieu est accessible ou ne l'est pas ; par exemple en fonction de la distance à la plus proche station des transports en commun ;
- Par des courbes isochrones (reliant les points vers lesquels le temps de trajet est le même par un moyen de transport donné ou par le plus rapide) : on peut ainsi définir des durées d'accès moyennes aux différentes destinations dans la ville (aux emplois par exemple) ou une durée d'accès au centre ;
- Par une moyenne des coûts généralisés de déplacements aux différentes destinations (emplois) ;
- En fonction de l'offre de transport et du système d'activités.

$$A_i = \sum_j a_j \cdot f(d_{ij})^2$$

A_i : l'accessibilité de i ; a_j : sont les opportunités (emplois par exemple) attirants les déplacements des différentes destinations ; $f(d_{ij})$ est la fonction de résistance à la distance du modèle gravitaire (fonction gravitaire ou exponentielle). Cette dernière formulation est la plus satisfaisante, des accessibilités pour diverses opportunités (emplois, lieux d'achats, loisirs...). Nous signalons que la mesure de l'accessibilité d'un lieu à partir ou à destination d'un espace géographique considéré fait entrer en jeu plusieurs facteurs décomposés comme suit:

- Indépendamment du réseau de transport, la position dans l'espace de référence fait qu'un lieu situé au centre est toujours plus accessible qu'un lieu situé en périphérie. Ce facteur considère la géométrie de l'espace.
- La performance du réseau de transport joue un rôle sur la mesure de l'accessibilité en facilitant les conditions d'accès des lieux ; cette performance dépend elle même de plusieurs facteurs :
 - la forme du réseau influe sur la mesure de l'accessibilité en créant des directions privilégiées et en ignorant les espaces non traversés.

¹ MERCIER Aurélie. Accessibilité et évaluation des politiques de transport en milieu urbain : le cas du tramway Strasbourgeois, Lyon, Université Lumière Lyon 2, thèse de doctorat, 2008, 304 pages.

- la performance du système de transport selon la vitesse, très souvent fortement différenciée selon les modes de transport considérés, ou selon les fréquences ou les horaires dans le cas des transports collectifs, en hiérarchisant le réseau va aussi favoriser des axes au détriment d'espaces ou d'interstices moins bien équipés.

« Une mesure idéale de l'accessibilité prendrait en compte au moins quatre dimensions interdépendantes entre elles : celle de l'organisation spatiale des opportunités (l'accessibilité à une ressource ne dépend pas seulement des performances du système de transport, mais également de la manière dont ces ressources se distribuent spatialement), celle des performances du système de transport, celle de l'organisation temporelle des opportunités et des individus et enfin celle des individus » (Geurs et Van Wee, 2004).

II-1-7- Les facteurs influant sur l'accessibilité.

Cette section décrit les facteurs spécifiques qui affectent l'accessibilité et la façon dont ils devraient être évalués.

II-1-7-1- La demande de transport et de l'activité.

La demande de transport se réfère à la quantité de mobilité et d'accessibilité que consomment les personnes dans diverses conditions. Les gens font habituellement leurs trajets quotidiens en dehors de leurs domiciles, avec des niveaux plus élevés de la demande

II-1-7-2- La mobilité.

Elle se réfère au mouvement physique, mesurée par les voyages, la distance et la vitesse. Augmenter la mobilité c'est augmenter l'accessibilité : les gens plus en plus rapides peuvent parcourir plus de destinations accessibles.

II-1-7-3- Les options de transport.

Appelés aussi options de mobilité, correspondent à la quantité et à la qualité des modes et des services de transport disponibles dans une situation particulière. En général, l'amélioration des options de transport améliore l'accessibilité.

II-1-7-4- L'Information de l'utilisateur.

La qualité de l'information peut affecter la disponibilité fonctionnelle et l'opportunité des options de mobilité et d'accessibilité. Par exemple, les automobilistes ont besoin d'informations précises et pratiques sur les itinéraires, les conditions routières (comme en cas de congestion, de

la construction et les accidents qui retardent la circulation), les services de véhicules, et la disponibilité et le prix du parking.

Les utilisateurs potentiels de transit ont besoin d'informations sur les itinéraires de transport en commun, les horaires, les tarifs, les facteurs de confort (si les véhicules ont des sièges ou les stations sont dotées des toilettes), et l'accès aux destinations. Les marcheurs et les cyclistes ont besoin d'informations sur les itinéraires recommandés et les cyclistes ont besoin d'informations sur les options de stationnement. Informations sur les destinations (si un magasin offrant un bien particulier est à distance de marche facile) peut également affecter l'accessibilité.

II-1-7-5- L'intégration des terminaux, stations et parkings au sein du système de transport.

L'accessibilité est affectée par la qualité de l'intégration des terminaux, stations et parkings au sein du système de transport : la facilité de transfert entre les modes de transport, l'emplacement et la qualité des stations et terminaux de transport influent sur l'accessibilité des modes qu'ils desservent ; la disponibilité, le prix et la commodité des parkings affectent l'accessibilité de l'automobile...etc.

II-1-7-6- L'abordabilité.

L'abordabilité des transports signifie que les coûts financiers des utilisateurs de transport ne doivent pas être excessifs, en particulier pour les accès de base. L'accessibilité des transports peut être évaluée de plusieurs façons, y compris la qualité et les coûts de l'utilisation des différents modes (en particulier les modes utilisés par les personnes ayant de faibles revenus, comme le vélo, le transport en commun, les voitures d'occasion, et les services de taxi) L'abordabilité affecte l'accessibilité, cette dernière peut être améliorée en réduisant les coûts d'utilisation (coût d'achat de véhicules, prix du carburant, tarifs de transport en commun, ...).

II-1-7-7- Les substituts de mobilité.

Les substituts de mobilité comprennent les télécommunications qui complètent le déplacement physique ou les remplacent parfois. D'autres facteurs rentrent en ligne compte dont : l'organisation spatiale des opportunités, la performance du système de transport et la valeur de l'inaccessibilité.

II-1-8- Les dimensions de l'accessibilité.

- **La dimension spatiale / fonctionnelle**, renvoie à l'organisation de l'espace et plus particulièrement à la localisation des individus et des activités / fonctions dans l'espace.

Atteindre les opportunités constitue pour les individus une source de satisfaction : Koeing envisage cela comme l'élément moteur du déplacement. (Mercier, 2008)

- **La dimension technique** fait référence au système de déplacement. Le transport étant bien un intermédiaire qu'il ne constitue pas une consommation finale.

- **La dimension temporelle** est fortement liée à la précédente dans la mesure où le transport génère un coût temporel. (Mercier, 2008)

- **La dimension individuelle.** L'utilité (bien-être) de l'individu dépend du niveau d'accessibilité.

- **La dimension virtuelle** se réfère aux NTIC qui complètent ou remplacent le déplacement physique.

II-1-9- Accessibilité et Projet Urbain.

Se présentant dans les années 1970 comme alternative à l'urbanisme sectoriel issu du mouvement moderne, le projet urbain est une notion qui cherche à organiser le territoire afin d'en améliorer l'usage, la qualité, le fonctionnement, la dynamique économique et culturelle et les relations sociales. En effet, la notion de projet urbain a émergé comme mode d'action majeure sur la ville qui, en s'étalant tout en se transformant, elle est devenue spatialement éclatée, socialement hétérogène et composite, économiquement complexe et politiquement difficile à gérer. Le projet urbain, comme une démarche de conception stratégique qui établit une vision partagée d'avenir, constitue l'outil de mise en œuvre de la politique de développement durable et s'attache à une diversité de problématique et variété de thématiques à savoir la mobilité, la densité, les limites, la centralité et l'accessibilité etc.

Pour ce qui est de l'accessibilité, ce thème est actuellement au centre des préoccupations des acteurs de la ville et au cœur de leurs réflexions, d'autant plus qu'il vise à assurer aux habitants et usagers l'effectivité d'un droit à la ville et à jouir d'un cadre de vie de qualité. Précisons que la notion d'accessibilité renferme de multiples dimensions allant de l'accessibilité technique qui permet une circulation sans barrières des personnes et des biens, à l'accessibilité sociale qui admet les contraintes financières ou culturelles de chaque usager. Elle désigne l'ensemble des possibilités économiques, matérielles, instrumentales, culturelles ou sociales mises à disposition pour accéder à ce qu'il vise.

L'accessibilité est utilisé aussi comme diagnostic sur la performance d'un réseau de transport, critère d'évaluation de projet, de politique de transport ou de comparaison entre deux ou plusieurs variantes de projet ou bien comme un critère de qualification d'une démarche d'aménagement de territoire ou de diagnostic portant sur un territoire...etc.

Face à l'état de fait déjà avancé, et dans le contexte de la mondialisation et la mise en compétitivité des territoires, l'accessibilité, en tant que l'un des facteurs principaux influençant l'organisation de l'espace, doit désormais prise en compte dans toutes les conceptions urbaines et les engagements encadrés sous le projet urbain en tant que projet de ville.

II-2- Les dimensions de l'accessibilité touristique.

Qu'est ce que l'accessibilité touristique ? Avant de penser à ses modalités de réalisation, il est indiqué d'essayer de définir cette catégorie de l'accessibilité. L'association de ces deux termes est simple et logique. On retrouve le même concept de l'accessibilité et l'adjectif « touristique » qui donne un encadrement spécifique de l'accessibilité. Mais, finalement quels sont les éléments qui donnent la spécificité de cette accessibilité ?

Nous sommes bien d'accord que l'on parle toujours des conditions facilitant le mouvement. Dans notre cas, le tourisme, l'activité qui signifie généralement un aller temporaire en hors quotidien pour des raisons d'agrément, est foncièrement attaché à la mobilité. L'idée du déplacement dans le tourisme est centrale, le touriste puise tout autant son plaisir dans ce mouvement from place to place que dans la destination qu'il atteint.

Pour continuer dans la même idée, le tourisme est le loisir en déplacement, ce déplacement entre les différents points touristiques va créer un espace de mobilité récréative qui place l'accessibilité au centre de son fonctionnement dont les enjeux sont très importants parce qu'un manque d'accessibilité va entraîner une perte d'une clientèle potentielle. D'ailleurs, le site le plus spectaculaire, le monument le plus remarquable ne devient touristique qu'à partir du moment où il devient accessible. La réduction de la distance-temps et de la distance-coût l'ouvrira au tourisme de masse ; à contrario, l'isolement, l'enclavement ou la cherté de l'approche le priveront de toute fréquentation (Dewailly J.-M., Flament E., 1993). Pourtant nous ne devons pas ignorer qu'un trop d'accessibilité peut avoir aussi des conséquences désastreuses sur l'aspect de l'attractivité.

Pour tout ce qui concerne l'accessibilité vers les différentes destinations touristiques, tout le monde l'attribue aux transports. *Or, la question principale de l'accessibilité des lieux pour leur mise en tourisme dépasse le seul champ des transports. Une contrée ne devient touristique que si elle est accessible **matériellement, légalement et mentalement**¹.*

L'avion, le passeport, le guide touristique, les sites et forums sur l'internet, l'enclave hôtelière, les Global Distribution Systems, qui permettent aux agences de voyage d'accéder aux

¹ Transport et mise en tourisme du monde

systèmes de réservation des transporteurs, etc., participent tous de cette accessibilité¹. Sans la liberté acquise assez récemment de se déplacer, avec l'invention de documents administratifs comme le passeport, ou en l'absence de moyens de connaissance du monde et de médiation entre les individus et les lieux, les progrès ferroviaires, maritimes ou aériens n'auraient permis une telle extension du tourisme.

La dualité technique et virtuelle du concept de l'accessibilité offrira au touriste la possibilité d'accéder à la destination avant (par l'intermédiaire de la circulation de l'information) et après son départ (par l'intermédiaire du déplacement effectif)², en concordance avec les nouvelles exigences au niveau des pratiques touristiques. La mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire. Ainsi, nous abordons la question de l'accessibilité touristique sur le plan virtuel.

II-2-1-Le territoire immatériel du tourisme.

II-2-1-1-Représentations et Images, pour une mise en accessibilité des produits touristiques

Les géographes accordent une grande importance à la construction des représentations elle-même et à son caractère parfois intentionnel, jamais totalement déterminé. En se familiarisant avec les résultats de la psychologie cognitive, celle de J. Piaget notamment, on finit par voir dans la représentation mentale le produit toujours particulier et contextuel d'un acte individuel combinant perception, imagination et sémantisation.

D'après Debarbieux B. (in Bailly A., 2005, p. 199), « la représentation est le processus par lequel sont produits des formes, concrètes ou idéelles, dotées d'une existence propre, mais qui réfèrent toujours à un autre objet ou à un autre phénomène relevant d'un autre ordre de réalité ». En restant dans le même domaine, l'auteur attribue le terme « image » pour une catégorie particulière de produits de la représentation. L'image est la représentation qu'une personne ou un groupe de personnes se fait d'un phénomène, le tourisme est un phénomène qui joue beaucoup sur l'image et la représentation des touristes.

A côté de la partie matérielle nécessaire pour le déroulement de l'activité touristique, l'imaginaire constitue la clé du choix en rendant le produit touristique accessible mentalement.

Les touristes se trouvent sous l'influence des images de destinations omniprésentes dans l'univers dominé par les mass média, véhiculées dans les guides touristiques, sur les panneaux

¹ Idem

² AXENT Mihaela. Système de transport et tourisme -interaction et évolution- : Moyens et infrastructures de transport entre nécessité et plaisir, mémoire de Master Recherche, France, Université du Havre en France, Septembre 2006, p.

publicitaires, ou sur Internet. L'abondance d'images standardisées et véhiculées un peu partout va induire des représentations communes pour des catégories entières de la clientèle touristique.

Le phénomène qui fait l'objet de la représentation peut être n'importe quelle réalité qui manifeste un intérêt touristique. A présent, les hommes ne partent plus pour découvrir des lieux qui n'ont jamais été vus, ils partent pour voir ce qu'ils ont déjà vu sur les clichés standards déjà connus... Ces tendances de marketing sont nées du besoin de mieux répondre aux demandes du client pour rendre le produit touristique plus accessible. C'est une activité de mise en accessibilité des biens par leur mise en image impulsant une valorisation des ressources locales.

II-2-2-les N.T.I.C, comme indicateurs de l'accessibilité touristique.

Les touristes d'aujourd'hui cherchent l'information. Celle-ci suppose l'accès à la destination touristique sur voie immatérielle, via internet, la plus utilisée ou à des autres sources d'informations comme les bureaux de promotion touristique, brochures, publicité...etc. Le touriste doit avoir la possibilité d'accéder à ces informations, mais aussi les informations doivent être accessibles. L'impossibilité de certaines destinations touristiques à bénéficier d'une promotion de leur image les mettra dans une situation d'handicap par rapport aux autres destinations, voir même dans une situation d'exclusion.

En raison de sa forte consommation de données d'informations, de communication et transaction dématérialisées, le tourisme est reconnu comme étant un des tout premiers secteurs économiques touché par la TIC, à la fois dans ses phases amont (avant vente), de vente (les catalogues en ligne) et d'après vente (via des catalogues de fidélisation). Comment réagissent les touristes contemporains avant de se lancer dans un voyage ?

La réponse à cette question a changé avec le temps et dans un rythme extrêmement accéléré dernièrement. Plus souvent, la première fois, le touriste va voyager virtuellement en utilisant l'infrastructure virtuelle par Internet. Entre accessibilité technique et celle virtuelle en tourisme, l'offre est de complémentarité plus qu'une substitution.

Le touriste veut avoir le max en ce qui concerne sa destination '*internet est à ce niveau un formidable outil de communication, de mis en lisibilité (compréhension), là où internet apporte une plus value par rapport aux autres médias, c'est que contrairement aux outils traditionnels de la communication de masse, ils suscitent l'inter réactivité ou l'interactivité*' (Vidal Ph., 1999).

Le secteur du tourisme correspond parfaitement aux possibilités de ce monde interactif affranchissant l'espace et la distance, permettant des offres personnalisées et en fonction du stock disponible. Le client peut demander et peut avoir la réponse immédiatement.

La NTIC représente une possibilité d'affirmation des territoires traversés par les flux touristiques. Cette sortie à l'extérieur dans le monde virtuel rend les destinations plus ouvertes et alors plus accessibles. Le web constitue une source d'information non négligeable pour tous les touristes, qu'ils soient internautes initiés ou non. Avec la démocratisation de l'internet, les internautes sont de plus en plus que jamais exigeants sur la qualité des sites web qu'ils consultent. Sur l'autre côté, les agents touristiques maîtrisant de mieux en mieux les règles de base de l'ergonomie et de l'information en ligne et ils proposent des outils de séduction (image 360°, vidéos...). D'après Eric Lavocat, trois éléments ont favorisé l'intégration e la NTIC dans le tourisme :

-L'accès facilité aux informations dans tous les domaines et aux bases de données des territoires qui permet l'élaboration de parcours et d'offres individualisées une fois la clientèle va avoir un accès assuré 7J/7J, 24h sur 24h, quelque soit l'endroit où l'on trouve, sans avoir à faire la queue.

-L'interactivité autorise une réactivité du consommateur qui par la possibilité de comparaison et devenu plus sensible au rapport qualité/ prix. Les sites WEB offrent aussi la possibilité d'acheter à la dernière minute, ce qui correspond justement à de nouvelles pratiques touristiques, voire de fixer son prix en fonction de son budget et de confier à une machine le soin de trouver l'offre qui répondra le mieux à son envie de vacances.

-la mise en réseau des acteurs publics et privés qui vont collaborer pour finaliser l'offre sur le même territoire. Ce travail aura comme conséquences une offre touristique complète, avec des services de transport, hébergement, agrément...etc. et en même temps différents acteurs mis en relation, ayant des avantages réciproques. Pourtant, il ne faut pas réduire la NTIC seulement à l'internet dans tout cet ensemble, d'autres technologies viennent bouleverser les anciennes habitudes. La téléphonie mobile et les nouveaux systèmes satellitaires géographiques compléter le large domaine des NTIC.

II-2-2-1- Les fonctions de la N.T.I.C au niveau du tourisme.

Au niveau du tourisme, les principales fonctions des NTIC mettent en évidence la fonction **d'information** et celle **de réservation** (J. Viard, 1998, p. 183). Le client a la possibilité de se renseigner sur une offre de tourisme, de transport ou sur une région. A présent, le voyageur ne part plus pour découvrir l'inconnu total, mais pour découvrir « ses territoires inconnus ». Il a une idée, une représentation, une image sur la destination et sur son désir, mais il veut être assuré avec le maximum d'informations. « *Vendre du voyage, c'est vendre des rêves... Ne partez pas de l'idée de ce que, vous, vous rêvez de lui vendre ; partez de l'idée du rêve qu'il veut acheter. Et vous taillerez votre marchandise sur ce modèle. Plus vous pourrez vous rapprocher de son rêve,*

meilleur sera le marché et plus grand le nombre de gens qui viendront vous exposer leurs rêves.» (M. Boyer, 1999, p.168).

Les acteurs impliqués dans les stratégies de marketing vont miser sur ces représentations dont nous avons déjà parlé. L'offre n'est pas toujours conclue sur Internet pour des raisons subsistantes de manque de confiance (moyens de paiement, protection des données personnelles, garanties...). Relever le défi de la confiance est donc essentiel. « *Quoiqu'il en soit, Internet apparaît déjà comme un média d'avant-vente de premier ordre. En 2001, 91% des internautes américains se sont informés sur les voyages via Internet contre 84% en 2000, (PhoCusWright, déc 01). 50% de ces internautes qui se sont informés sur les voyages ont acheté en ligne.* » (Raffour Guy, 2002) De toute façon, l'achat en ligne devient de plus en plus utilisé, les cyber-acheteurs augmentant en nombre. Les chiffres qui indiquent la progression au niveau de la France sont impressionnants : entre 2004 et 2005 une variation de +46% (Raffour G., *Interactif, 2006*).¹

Ces technologies deviennent un outil de communication et de compréhension qui contribue « à atténuer les obstacles de la distance » (G. Wackermann, 1993, p.83). Le voyageur va franchir à la fois la distance jusqu'à la destination, cet outil lui donnant la possibilité de «visualiser» le lieu touristique, le moyen de transport ou tout l'itinéraire. Quelques besoins des voyageurs (touriste ou voyageur commun) avant de partir sont :

- besoin d'informations générales pour choisir une destination et préparer son séjour (si il y en a le cas), trouver des idées, avoir des informations sur les événements ;
- besoin de disposer d'avis et d'impressions de retour de séjour et de voyage. Dans ce cas, les forums de voyageurs sont très intéressants.

Les différentes opinions du secteur informel donneront aux usagers ce qu'ils veulent savoir et partager l'accès aux informations efficace et la possibilité d'intervenir directement ;

- besoin de visualiser les territoires ;
- besoin de conseil en fonction de ses choix ;
- disposer d'horaires sur les transports et de comparer les prix ;
- besoin d'information sur les formalités : passeport, visa ;
- consulter des cartes et des plans ;
- besoin d'information sur la météo, etc.

Les fonctions d'information et de réservation peuvent être desservies aussi par les services de la nouvelle téléphonie mobile. Une information de la clientèle, en fonction de sa

¹ http://www.journaldunet.com/cc/10_tourisme/tourisme_marche_fr.shtml

position géographique et la possibilité d'achat direct, fait partie de nouveaux services qui peuvent être accomplis par la simple utilisation du téléphone.

Aux deux premières fonctions, nous pouvons en ajouter encore deux : la **fonction de mise en liaison permanente avec les autres** et la quatrième, qui dessert le besoin **d'agrément**.

L'autonomisation croissante des consommateurs entraîne une nécessité continue d'être en contact avec les autres. L'accès à l'information et aux moyens de communication constitue en ce sens un aspect essentiel de leur comportement. Ce besoin d'être relié aux autres et à l'information se traduit par une utilisation massive des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Le voyageur veut rester en lien avec le lieu d'origine, avec le milieu quotidien, dans la même mesure qu'il veut savoir où il va aller. Il sera informé ainsi sur « l'amont » et « l'aval » du son voyage.

Les gens sont de plus en plus dépendants des NTIC, parce qu'elles leur donnent l'information, la possibilité de communiquer et la certitude qu'ils appartiennent à un réseau. Ils ont besoin d'être informés sur leur quotidien, sur leur famille, leurs amis, sur le monde en général. Ils ont besoin d'être connectés.

La dernière fonction est devenue aussi une nécessité de l'homme contemporaine. Il voyage, se déplace, mais pendant cela il a besoin de divertissement. En fait, tel comme on a déjà dit, le voyage « comme chez soi » est un objectif des nouvelles compagnies de transport. Toutes les facilités multimédia offertes pendant le déplacement, le Wi-Fi généralisé, les nouveaux espaces pour divertissement avec la nouvelle technique, les jeux etc. sont étroitement liés au nouveau développement de la technologie.

En plus, à côté de ces fonctions, on pourrait en identifier une autre qui est très importante aussi, celle **de la sécurité**. Les problèmes de sécurité seront de plus en plus pris en compte par le public, donc par les opérateurs. L'information et la permanente mise en contact permettront de réduire les aléas dus par exemple aux circonstances (l'itinéraire, les conditions de déplacements) ou aux facteurs naturels (les conditions météo). Si on élargit le domaine d'applicabilité des NTIC, des nouvelles fonctions pourraient être ajoutés. En ces conditions, l'avenir ne peut plus être pensé sans prendre en compte les NTIC et leur impact sur le marché touristique.

II-2-3- Le territoire matériel du tourisme.

Nous nous arrêtons sur l'importance vitale du système de transport, indicateur de l'accessibilité, pour le système touristique. Nous citons ainsi quelques points clés de la synergie des deux systèmes en faveur de l'accessibilité touristique.

II-2-3-1- L'importance des transports pour le tourisme.

Le tourisme est une forme de mobilité en faisant appel à l'évolution des transports. En organisant la mise en distance des lieux touristiques les uns des autres et par rapport aux foyers émetteurs des touristes, les transports éclairent la diffusion du tourisme aux différents niveaux géographiques. Le tourisme est présent par les moyens de transport qui permettent les déplacements en rendant possible la fréquentation de certains lieux dans le temps des vacances. A côté du déterminisme classique qui explique le développement touristique par la qualité physique des lieux, le déterminisme technologique inféode le tourisme au transport.

Les transports orientent la mise en tourisme et sont à l'origine de configurations spatiales spécifiques, tant à l'échelle fine au travers, l'agencement des lieux les uns par rapport aux autres, qu'à plus large échelle, au travers leur diffusion planétaire. Nous signalons également que les sociétés de transport sont des acteurs majeurs du développement touristique.

II-2-3-2- La destruction de l'espace intermédiaire.

Le but initial du transport était de mettre en liaison les différents territoires. Après une période d'évolution des réseaux, d'augmentation de la vitesse et d'accentuation de la linéarité, on assiste à présent, à une nouvelle période, à une nouvelle organisation de l'espace. On assiste à un rapprochement des destinations (points forts) très éloignées et à une mise en inaccessibilité des espaces intermédiaires, qui ne deviennent que des étendues traversées.

En effet, un véhicule qui veut aller plus vite doit s'arrêter moins souvent et réduit par conséquent ses points d'accès au sein du réseau. Si dans le passé, l'accessibilité le long des routes était plus continue, actuellement, les points du réseau sont bien établis et l'accès est limité. L'automobiliste, à ses débuts, était plus proche des hommes et des territoires traversés.

Plus libre, à l'égard de sa route, il pouvait à sa guise s'arrêter dans les villages et donc entrer en contact avec le pays traversé. Mais la canalisation des flux va restreindre cette liberté initiale. A titre d'exemple, certaines des infrastructures autoroutières traversent en étrangères de grandes portions de territoires, l'espacement moyen entre deux diffuseurs étant parfois supérieur à 20 km. Ces infrastructures marquent aujourd'hui la victoire des grandes villes sur le monde des compagnes.

Les espaces ruraux qui détiennent plusieurs sites touristiques se trouvent dans une situation d'enclavement vis-à-vis du flux. Les territoires ont des difficultés à sortir à l'interface des infrastructures de transport pour s'affirmer. La métropolisation des pays développés promeut les points au détriment des surfaces, de plus en plus considérées par celui qui se déplace comme des vides décoratifs (Gay, 1993, p40).

II-2-3-3- L'infrastructure routière, un élément touristique.

L'infrastructure routière, pendant son évolution, a connu d'importantes interactions avec le système de tourisme. Elle reste essentiellement un réseau fonctionnel, envahi par les transports de voyageurs professionnels, de marchandises, etc...., mais pendant les exodes vacanciers elle devient un support important de distribution des flux touristiques. Ayant l'avantage de la liberté par rapport au transport ferroviaire, cet élément d'infrastructure gagne en utilité par rapport à ce qu'elle a été initialement.

Il y a des stratégies pour utiliser ces infrastructures autrement que pour le déplacement. Dans certaines situations, l'utilité initiale est gardée mais, l'utilisation glisse vers des finalités touristiques. En plus du désenclavement d'une route ou d'une autoroute d'autres investissements renforceront l'accessibilité. La route devient elle-même un élément touristique, par son spectaculaire, par son paysage qui l'encadre, par ses points belvédère... elle peut constituer un support pour attirer les touristes sur les sites aux quels elle donne l'accès. Avec une stratégie de revalorisation de certaines routes, on pourrait passer de territoire traversé à territoire regardé.

II-2-3-4- L'infrastructure autoroutière, un support informatif.

L'autoroute, devient aujourd'hui un support pour la promotion des œuvres d'art, des panneaux publicitaires, des informations pour la sécurité du voyage, des images stéréotypes qui plaisent au voyageur, c'est-à-dire d'un système intégré d'attraction qui transforme à son tour ce réseau en espace touristique. Exemples :

- Panneau pour la promotion d'un site touristique thermal sur l'autoroute.
- La beauté du paysage

Les sociétés gestionnaires d'autoroute ont commencé à valoriser les espaces-temps que sont les arrêts au cours des trajets. 70% d'arrêts sur l'autoroute ont pour cause des nécessités alimentaires. Elles tentent non seulement d'assurer un accueil de qualité dans les restaurants et autres cafétérias, mais aussi de transmettre à travers l'alimentation les valeurs et l'identité des régions traversées qui répondent en partie à ce désir. A ce titre, elles valorisent les nourritures nomades comme une manière privilégiée de connaître les régions.

II-2-3-5- L'exploitation des points nodaux.

Les points nodaux sont des espaces de rencontre des personnes qui viennent et qui partent pour des milliers de destinations comme les gares ferroviaires, les aéroports, les ports...etc., ils ont évolué en même temps avec les infrastructures qu'ils desservent. Pourtant, leur perception

comme d'immenses lieux de croisement des flux n'a pas trop changé avec le temps. Ils sont restés des lieux fonctionnels et fictionnels qui permettent les longs déplacements.

Ces espaces de frontières donnent la liberté d'imagination vers le monde entier. Il est fascinant de regarder les visages des gens, leurs vêtements qui évoquent les différentes régions du globe, leur bagage, leur mouvement continu...Chacun dans sa direction... Les panneaux publicitaires jouent sur cette image de lointain. Le slogan « L'aéroport, c'est déjà ailleurs » afin de promouvoir l'aéroport de Marseille ou « Le monde entier est notre invité » pour l'aéroport de Paris démontre bien ce concept de rencontre des étendues.

Les architectes l'ont aussi bien compris lorsqu'ils ont placé sur la façade de la Gare du Nord, par exemple, des statues en robe et couronnées évoquant les cités de son réseau : Bruxelles, Amsterdam, Londres et des villes françaises. Dans la salle des pas-perdus de la Gare de Lyon une fresque d'une centaine de mètres de long représente les principaux sites et monuments sur la ligne magistrale Paris - Lyon – Méditerranée, de la capitale à Menton.

Ces points nodaux de l'infrastructure s'organisent pour proposer aux clients de passage une offre très variée d'activités pour occuper leur temps d'attente entre une arrivée et un départ (achat, cinéma, divertissement, massage, jeux etc.). Les acteurs impliqués profitent de cette « pause » dans la linéarité du voyage. Les voyageurs et les touristes se mélangent et essayent sur place de trouver des différentes préoccupations pour faire passer leur temps.

Autrement, ces points nodaux constituent comme de véritables « portes » d'accès vers les sites touristiques, lieux historiques, villes etc. Les gares sont des entrées dans la ville. Elles utilisent la ville pour se localiser. La ville profite à son tour de ces espaces pour s'affirmer. Toute une série d'infrastructures hôtelières est développée autour de celle-là. Des centres d'affaires, des groupes bancaires, des centres commerciaux, même des véritables villes sont attirés par ces pôles qui réunissent et dirigent les flux.

Une troisième situation est celle dans la quelle ces gares – suscitent elles-mêmes l'intérêt touristique. Leur architecture ou la possibilité de voir le mouvement incessant des gens et des véhicules constitue une attractivité du lieu, même s'il est vrai que les gens qui viennent spécialement pour faire du tourisme dans ces endroits sont rares.

Les gens passent par l'aéroport, mais ils en profitent pour faire des photos, pour regarder les avions et leurs manœuvres, et faire des achats. Les gares portuaires ont été pendant longtemps de vraies « scènes de spectacle », où les gens venaient regarder les grands paquebots. Aujourd'hui, le port reste toujours un endroit fascinant, même si les navires et les temps ont changé.

Le tourisme industriel profite de nouveaux sites portuaires. Les ports et gares fascinent par leurs connexions aux différentes infrastructures de déplacement. L'intermodalité entre le transport aérien, ferroviaire, routier ou maritime augmente la curiosité pour ces lieux de rencontre permettant à chacun de se situer en voyageur et touriste à la fois.

II-2-4-Concepts connexes.

II-2-4-1-L'attractivité touristique.

L'attractivité peut être définie comme la capacité à drainer et à attirer des hommes, des activités/fonctions et des compétences sur un territoire grâce à ses ressources, sans les dilapider et sans négliger la qualité de vie des populations.¹ Pour ce qui est de l'attractivité touristique, cette dernière repose sur la capacité d'un territoire à attirer des visiteurs. Que ce soit pour le sport, les visites culturelles ou plus généralement les activités de loisirs, les raisons de faire du tourisme sont variées.² Il est généralement admis aussi que l'attraction touristique d'un territoire renvoie à une diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions, d'événements qui provoquent des déplacements. L'attractivité touristique d'un territoire dépend donc des qualités naturelles et spectaculaires d'un site.

Elle peut aussi s'inscrire dans le cadre d'une réflexion générale portant sur le développement et la construction de l'attractivité via la valorisation des ressources territoriales. La construction d'une attractivité durable, prône de ne pas négliger des critères de performances, tels que la qualité de la vie et de l'environnement, le bien-être de la population, l'accessibilité aux équipements ou service, la diversité et la cohésion sociale ou encore la culture de l'innovation et la bonne gouvernance.

II-2-4-2- Le Marketing territorial.

C'est l'effort collectif de valorisation et d'adaptation des territoires à des marchés concurrentiels, pour influencer le comportement des publics visés par une offre différente et attractive dont la valeur perçue est durablement supérieure à celles des concurrents. Cette approche cherche à trouver le meilleur équilibre entre le marketing de l'offre de la destination promue et le marketing de la demande fondée sur une excellente connaissance des clients.

Le marketing territorial constitue une boîte à outils composée de méthodes, techniques, outils et analyses de pratiques menées à travers le monde dont l'objectif est de rassembler les

¹ <http://www.pourseloun.fr/medias/files/tourisme-dynamisation-montagne.pdf>

² http://www.insee.fr/fr/insee_regions/f-comte/themes/thematiques/attractivite/Attractivite%20touristique.pdf

acteurs en charge du développement économique et touristique pour, à travers la mise en pratique de la boîte à outils marketing, parvenir à améliorer l'attractivité du territoire¹.

II-2-4-3- Le Marketing en tourisme.

Le marketing est né du développement continu de la civilisation industrielle, le terme lui-même apparaissant dans les années 1920 aux Etats-Unis. Il fallut cependant attendre les années 1950 pour voir adopté le mot " marketing " dans l'industrie du tourisme, où il a remplacé les termes d'information, propagande et publicité touristiques. Actuellement il devient un instrument de gestion indispensable pour connaître et anticiper un marché particulièrement prometteur.

II-3-Accessibilité touristique et Projet Urbain : de nouvelles façons de penser la ville.

Pour tous les territoires, l'attractivité touristique est un enjeu important. Source de richesses et d'emplois directs ou induits, le tourisme est l'oxygène pour la viabilité de certains commerces ou équipements, et permet de diversifier les activités. C'est pourquoi, le tourisme est au cœur de nombreux projets de villes qui eu pour ambition de séduire l'étranger. Aujourd'hui, nombre de politiques urbaines visent à donner au visiteur des preuves du dynamisme de la ville, de sa qualité de vie. Le tourisme les aide à faire découvrir la ville sous un jour nouveau.

Les quartiers de loisirs dans lesquels, on a plaisir à déambuler, à se rencontrer, à vivre la ville ont, eux aussi, toujours existé. Ce sont des lieux de mixité sociale tout au long de la journée et de la nuit. Dans la relation à l'autre qu'il induit, le tourisme est le ferment du vivre ensemble qui est au cœur de nombreux projets urbains actuels. Le tourisme, longtemps accusé d'engorger les cœurs de ville, part aujourd'hui à la conquête des marges. Il invente de nouvelles centralités, crée de nouvelles itinérances. En cela, il est un moyen de favoriser la découverte de l'ensemble du territoire urbain, de participer à la construction de son image et d'une identité métropolitaine.

Le tourisme est porteur de nouvelles façons de penser la ville, qu'il s'agisse de séduire, de favoriser les mixités sociales, de reconfigurer les territoires ou d'ouvrir la ville sur sa métropole. Ainsi, le projet urbain est un instrument de façonnement de la destination touristique.

Face à ces enjeux, la question de l'accessibilité des lieux pour leur mise en tourisme semble avoir de l'importance, d'une part, pour le développement, la promotion et le renforcement de l'attractivité touristique parce qu'un manque d'accessibilité peut entraîner une perte d'une clientèle potentielle et d'autre part, pour répondre aux enjeux du projet urbain par ce qu'il n'est pas seulement la projection d'un aménagement souhaité mais il est aussi porteur

¹ <http://fr.slideshare.net/vincentgollain/le-marketing-territorial-et-lattractivit-des-territoires>.

d'enjeux sociaux, économiques, urbains et territoriaux. La mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire.

Conclusion.

La dualité technique et virtuelle de l'accessibilité touristique offrira au touriste la possibilité d'accéder à la destination avant (par l'intermédiaire de la circulation de l'information) et après son départ (par l'intermédiaire du déplacement effectif), en concordance avec les nouvelles exigences au niveau des pratiques touristiques. La mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire.

Cette dernière doit être réalisée dans un contexte de planification stratégique démocratique au niveau de la communauté et implique l'ensemble des acteurs majeurs et compétents de la communauté en général, d'où sa pertinence au sein de la démarche d'un Projet Urbain visant à promouvoir le tourisme comme activité économique dans une ville au fort potentiel comme Constantine.

Conclusion de la première partie.

La révolution technologique (celle des transports), la multitude d'images provenant de toutes les régions du globe par le biais de la télévision et le cinéma, l'augmentation du niveau de vie et les nouveaux acquis sociaux, autant de facteurs qui ont favorisé une évolution importante du phénomène touristique à partir du 20^{ème} siècle au point de devenir aujourd'hui l'un des facteurs de développement des territoires.

Le tourisme se définit par son sujet le visiteur, à la différence des autres secteurs économiques qui se définissent à partir des biens et services produits. C'est à partir de la demande et des consommateurs des visiteurs que les activités du tourisme sont analysées par des organismes publics et privés pour en déduire des prestations touristiques constituant un produit.

Le produit touristique est un produit assemblé. Il suppose des ressources touristiques (naturelles, culturelles, artistiques, historiques ou technologiques), des équipements qui sont sur place, les transports, les différentes prestations d'organisation du voyage, les informations et une intervention humaine.

Le touriste va devoir consommer une à une les composantes du produit final. Il y a donc un processus temporel dans la consommation du bien touristique que l'on peut décomposer en un avant, un pendant et un après le voyage. Ce sont donc tous les maillons de la chaîne touristique qui doivent être pris en considération: faire connaître le produit au client, veiller à ce qu'il soit satisfait pendant son séjour, et l'inciter à revenir ou à parler, autour de lui, de son expérience

réussie. Toute faiblesse, voire défaillance, d'un des maillons de la chaîne de prestations affecte celle-ci tout entière, le maillon faible entachant la qualité de l'ensemble.

La dualité technique et virtuelle du concept de l'accessibilité qui apparaît comme un maillon important de la chaîne touristique, offrant au touriste la possibilité d'accéder à la destination avant et pendant le voyage (par l'intermédiaire de la circulation de l'information) et après son départ (par l'intermédiaire du déplacement effectif), en concordance avec les nouvelles exigences au niveau des pratiques touristiques.

Définie comme la plus ou moins grande facilité avec laquelle il est possible de se rendre en un lieu ou de partir d'un lieu (car elle comprend la mobilité notion liée au déplacement), d'obtenir un service dans un temps donné et d'utiliser les biens et les services offerts par ce lieu (car elle comprend la communication et la compréhension notions liées à l'échange d'information), la mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire.

Ainsi, le tourisme représente un domaine complexe et mondialisé qui dépend d'un large éventail de services et d'activités. Afin que les maillons de la chaîne touristique fonctionnent à long terme, de manière efficace et durable sur l'ensemble de la destination touristique, il est sérieux que les destinations touristiques créent des partenariats et encouragent la participation de tous les acteurs concernés, qu'il s'agisse du secteur public, privé ou de la population locale.

DEUXIEME PARTIE : PROJET URBAIN ET TOURISME : ÉTUDES DE CAS.

Introduction de la deuxième partie.

Après avoir fait connaissance avec les concepts théoriques (à travers les deux chapitres de la première partie), nous jugeons important de présenter ce qui est en train de se faire actuellement à l'échelle internationale en matière de développement de l'activité touristique et comment ces territoires qui présentent un patrimoine important parviennent à dessiner une image touristique, et ce, à travers quelques exemples de projet urbain de villes touristiques, afin de mieux concrétiser leurs applications sur le terrain et faire ressortir les éléments clés pour leurs aboutissements. C'est l'étude de cas étranger.

Ensuite, nous nous penchons sur l'étude du cas Algérien, autrement dit, ce que l'état prévoit pour renverser la tendance actuelle et faire passer l'Algérie de pays émetteur à pays récepteur de touristes, donner au tourisme une dimension à la hauteur de ses potentialités et de ses atouts et ce, à travers l'étude du SDAT qui affiche son projet touristique territorial, les cinq dynamiques de mise en tourisme de l'Algérie qui traduisent la politique nationale en matière de tourisme et enfin une lecture de la nouvelle gouvernance touristique.

L'objectif de cette partie est l'ouverture d'un champ d'inspiration d'un côté et faire ressortir les manques et les failles dans la politique nationale en matière de développement touristique, pour enfin essayer de les combler et proposer un modèle stratégique et durable propre au contexte algérien.

CHAPITRE III : LE PROJET URBAIN TOURISTIQUE : ANALYSE DES EXEMPLES.

Introduction.

Au cours de cette recherche, nous avons tenté, au premier abord de comprendre la notion de l'accessibilité touristique et de cerner les concepts, les enjeux et les différentes dimensions se rapportant au phénomène, mais avant d'envisager toute action ou proposition nous nous sommes attachés à mettre au point une analyse de certains exemples.

Dans ce qui se suit, nous allons faire référence à quelques expériences à travers le monde plus particulièrement 04 exemples qui sont :

- Projet urbain touristique de Saint Pierre de la Réunion (France)
- Projet de développement touristique de Nice (France)
- Le Projet urbain : le Havre (France)
- La stratégie de mise en valeur du Saint Laurent touristique (Canada)

Chaque exemple sera développé selon les points suivants

- 1- Eléments de contextualisation : présentation de la ville, aperçu historique, état des lieux, l'influence régionale, nationale ou même mondiale de la ville.
- 2- les instruments qui vont porter le projet urbain.
- 3- Les grands enjeux et objectifs
- 4- Les grandes opérations portées par le projet urbain et leurs thématiques

III-1-le projet urbain touristique de saint-pierre de la Réunion.

La ville de Saint Pierre est la ville « modèle », ville portuaire, industrielle et agricole dont le secteur touristique fait l'objet d'une recomposition de son offre, il a pour finalité de valoriser la culture et le patrimoine de la ville, de dessiner un parcours avec une offre diversifiée et cohérente pour permettre à tous d'y avoir accès et de faire de Saint Pierre un carrefour touristique pour l'ensemble de la micro région sud.

III-1-1- Saint Pierre de la Réunion (France) : Eléments de contextualisation.

Saint-Pierre est une commune de l'île de la Réunion (**figure n° 06**), département d'outre mer français et région ultrapériphérique de l'union européenne dans le sud-ouest de l'océan Indien.



Figure n° 06 : Situation et limites de la ville de Saint-Pierre
Source : http://www.mi-aime-a-ou.com/saint_pierre.php

Saint-Pierre 9 599 hectares, constitue la troisième commune la plus peuplée de la Réunion après Saint-Denis et Saint-Paul.

Limitée à l'ouest par la rivière Saint Etienne, à l'est par la ravine de l'Anse, au nord, par une ligne conventionnelle suivant approximativement la côte 400. Saint-Louis, le Tampon, l'Entre Deux, Petite Île sont les communes voisines de Saint Pierre. Elle occupe la position sud par rapport à la capitale, Saint-Denis, dont elle est éloignée de 87 km (RN1), de 126 km (RN2) et 88 km (RN3).

Porte d'entrée et capitale administrative du Grand Sud de la Réunion, Saint-Pierre est une ville agricole, industrielle et balnéaire entièrement tournée vers la mer, possédant une très large façade maritime et un vaste arrière pays entièrement cultivable.

Les premières concessions sudistes sont accordées en 1719. La région saint-pierroise est déjà considérée comme à haut potentiel agricole. La population se regroupe autour de l'embouchure de la Rivière d'Abord et de sa marine propice à l'exportation. En 1736 est créé le quartier de Saint-Pierre, autour de la ville tracée par le chevalier Banks. Le Canal Saint-Etienne, en 1819, accélère le développement de la ville et de l'arrière-pays qui, du café, s'est vite converti à la canne à sucre. Usines sucrières, distilleries, féculeries et mille autres petits métiers font vite de la région un pays en développement perpétuel. Une vocation qui perdure aujourd'hui. Le premier port est lancé en 1854. L'Entre-deux, le Tampon puis Petite-Ile rattachées à Saint-Pierre sont érigées en communes autonomes respectivement en 1882, 1925, 1931. Le nouveau port de Saint-Pierre a été inauguré en novembre 2001.

La première zone industrielle a été insérée à Saint-Pierre en 1970. Depuis cette date, les usines et manufactures n'ont eu de cesse d'essaimer leur production sur toute l'île et bien au-delà.

Aujourd'hui, avec le nouveau port, l'aéroport de Pierrefonds et quatre zones industrielles Saint-Pierre, ouvre ses portes et ses ambitions vers l'extérieur.

Par contre, Saint-Pierre n'est pas une commune à forte attractivité résidentielle : les ménages préfèrent habiter des communes environnantes comme Le Tampon, Petite-Ile, Entre-deux, Etang-Salé ou Les Aviron.

Les quartiers qui composent la commune de Saint Pierre (**figure n° 07**) sont les suivants :



Figure n° 07 : Les Quartiers de Saint-Pierre
Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.

1.Quartier de Basse-Terre, 2.Quartier de Bassin Plat, 3.Quartier de Bois d'Oliviers, 4.Quartier des Casernes, 5.Quartier de centre-ville, 6.Quartier de Condé-Concession, 7.Quartier de Grands Bois, 8.Quartier de la Ligne des Bambous, 9.Quartier de la Ligne Paradis, 10.Quartier de Mont Vert, 11.Quartier de Pierrefonds, 12.Quartier de la Ravine Blanche, 13.Quartier de la Ravine des Cabris, 14.Quartier de la Ravine des Cafres, 15.Quartier de Terre Sainte.

La situation n'est pas homogène d'un quartier à l'autre : Casernes, Pierrefonds, Condé-Concession, Ravine-des-Cabris et Ligne des Bambous ont connu une croissance démographique forte. Ce sont également ces quartiers qui comptent une proportion particulièrement élevée de jeunes de moins de 20 ans.

III-1-2- Enjeu et objectifs du Projet urbain touristique Saint Pierre.

A Saint-Pierre, le secteur touristique fait l'objet depuis quelques années d'une recomposition de son offre. Le renouvellement de la trame urbaine soutient la conception d'un projet touristique dont la finalité est : de révéler et de valoriser les éléments de la culture et du patrimoine de la ville, de dessiner un parcours avec une offre diversifiée et cohérente pour permettre à tous d'y avoir accès. Faire de Saint Pierre un carrefour touristique pour l'ensemble de la micro région sud. Le projet urbain s'articule autour des éléments suivants :

- La création de nouveaux pôles d'activité et lieux de vie (avec la création d'une nouvelle rue) ;
- La valorisation du front de mer ;
- La mise en valeur des perspectives paysagères, maritimes et urbaines ;
- La valorisation du patrimoine et la création de lieux de culture ;
- Le renforcement de l'accessibilité de la ville.

III-1-3- Les grandes opérations.

III-1-3-1-Rénovation du Centre-ville.

Saint -Pierre a mis en œuvre un ambitieux programme de rénovation urbaine (**Figure 8**) qui vise à densifier et à doubler la population (de 5000 à 10 000 habitants).



Figure n° 08 : L'opération de Rénovation du centre-ville et de son ouverture sur la mer et la ZAC du Mail.
Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.

La réalisation d'un mail (**figure 9**) viendra conforter un pôle de centralité en permettant la revitalisation du tissu commercial et de la densité de l'habitat du cœur de ville.

. La ville s'ouvrira sur sa façade maritime autour du port et d'un projet d'hôtel. La Z.A.C du mail s'inscrit dans la volonté politique de la municipalité de faire évoluer la trame urbaine du centre-ville, dans le respect de son dessin fondateur mais aussi des pratiques et usages contemporains.

Une ville va offrir à ses habitants des fonctions de diversité culturelle, administrative et commerciale. Trois piliers qui fondent la dynamique urbaine du projet de Saint-Pierre pour un centre-ville structuré, équipé et multifonctionnel.

La percée d'Est en Ouest des îlots historiques va permettre l'irrigation des flux et une meilleure accessibilité des visiteurs et des habitants.



Figure n° 09 : Projet du Mail

Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah.

Ce projet urbain s'accompagne aussi d'une prise en compte d'un programme plus global d'amélioration du centre-ville et de l'inscription dans le temps d'une véritable ambition pour le cœur de ville et les quartiers qui constituent aujourd'hui le grand centre-ville de Saint-Pierre (Ravine Blanche et Terre Sainte).

L'opération générera un programme de : 360 logements, 12 000 m² de surfaces commerciales, des équipements publics et culturels, 20 000 m² d'espaces publics, des stationnements.

III-1-3-2--Structurer des pôles urbains en développement.

La commune de Saint-Pierre sera développée sur 4 pôles (**Figure 10**): Ravine des Cabris, Bois d'Olive, Pierrefonds à l'Ouest, Grand Bois et Mont Vert à l'Est, Ligne des Bambous, Condé et Concession au Nord, Le Centre Ville, Terre Sainte, Basse Terre, Ligne Paradis et Ravine Blanche au Centre.

A la Ravine-des-Cabris, un Schéma Directeur est en cours. Un projet de ZAC et un lotissement agricole à Bois d'Olives. Un projet de lotissement et de collège à Ligne des Bambous.

III-1-3-3-Améliorer l'habitat insalubre.

En 2000, l'Agorah¹ avait recensé plus de 2000 logements sur 211 sites précaires et insalubres. 4 ORHI² sont terminées, ont permis de reconstruire 471 logements. Des travaux de RHI sont en cours à Tanambo et Basse-Terre (310 logements prévus) et en projet à Grandbois et à Trois-Mares (400 logements prévus). Un projet d'amélioration de l'habitat est envisagé à la Ravine-des Cabris.

¹ Agence pour l'Observation de la Réunion, l'Aménagement et l'Habitat

² Résorption de l'Habitat Insalubre

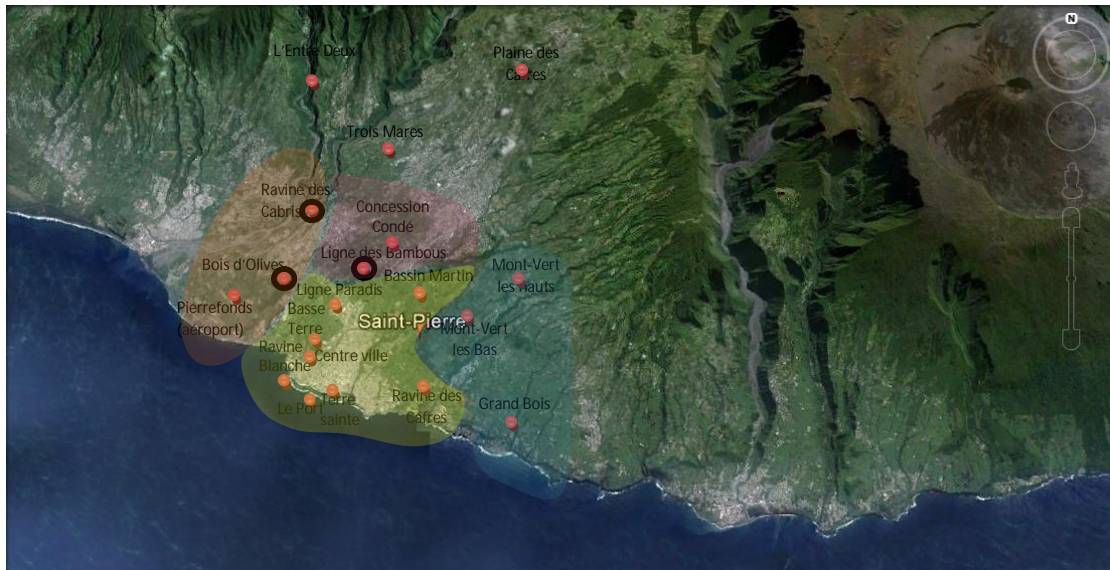


Figure n° 10: les quatre Pôles urbains de développement
Source : image de Google Earth traitée par l'auteur.

III-1-3-4-Requalifier le quartier de Ravine Blanche.

Le quartier de Ravine Blanche sera "renouvelé" : relié au reste de la ville, les logements seront améliorés ou démolis et reconstruits selon un principe de mixité sociale ; l'amélioration de la qualité de vie passe par l'installation de commerces et l'aménagement d'espaces publics.

III-1-3-5-Densifier le quartier de Terre-Sainte.

Sur plus de 50 hectares, la ZAC Océan Indien accueillera près de 700 logements neufs, 9 ha d'activités économiques, des équipements culturels, des structures pour la petite enfance, un centre sportif, une piscine et des écoles Attenant à la ZAC, un projet de technopole et une extension du pôle hospitalier viendront achever la structuration du quartier de Terre-Sainte.

III-1-3-6-Un nouveau maillage routier.

-Relier le littoral nord et les zones d'activités actuelles à la commune du Tampon grâce à l'aménagement d'une route parallèle au littoral.

III-1-3-7-Une vocation touristique réaffirmée.

La reconversion de l'Usine sucrière de Grandbois dans une optique patrimoniale et touristique. À Frédeline, ouverture d'une zone d'activité privée et à vocation touristique Promouvoir l'agrotourisme (fermes, auberges et produits du terroir), la création d'une zone à vocation agro-touristique autour du Piton Mont vert (espace naturel sensible);

Un schéma intercommunal de développement du littoral pour rendre le littoral du sud (d'Etang-Salé à Petite-Ile) accessible et agréable.

Sur la commune de Saint-Pierre sont prévus un parcours vélo le long de l'ancienne voie de chemin de fer, l'aménagement du littoral urbain à hauteur de Ravine-Blanche, le prolongement de la jetée Est de Terre-Sainte pour accueillir des bateaux de croisière et créer un petit port de pêche, un bassin de baignade à Grandbois, un sentier piéton entre Grandbois et Grand-Anse. (Figures 11 et 12)

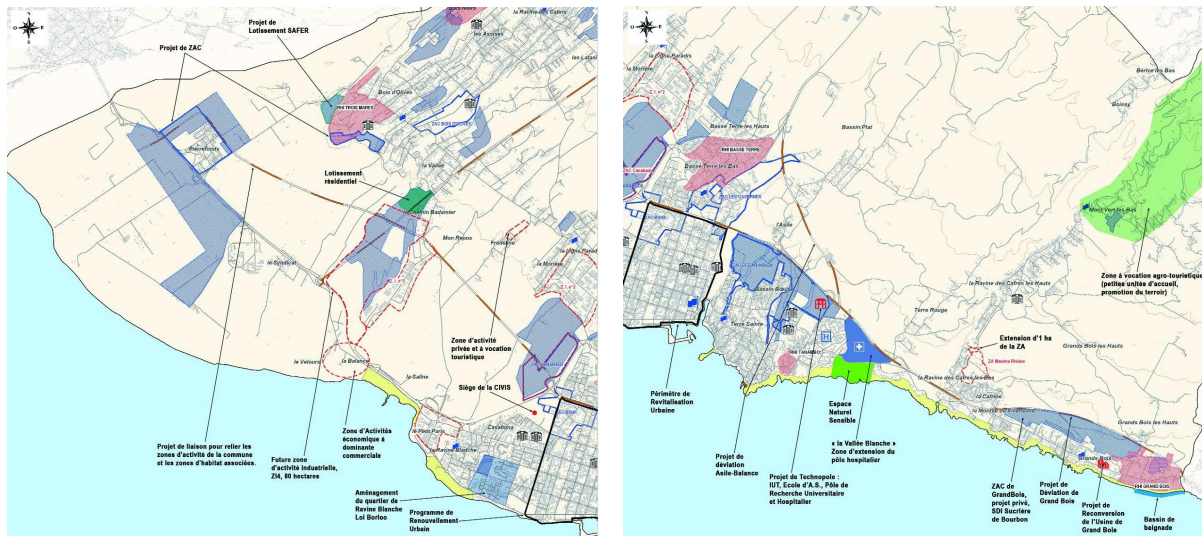


Figure n° 11: les différentes opérations du PUT de Saint Pierre
Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah

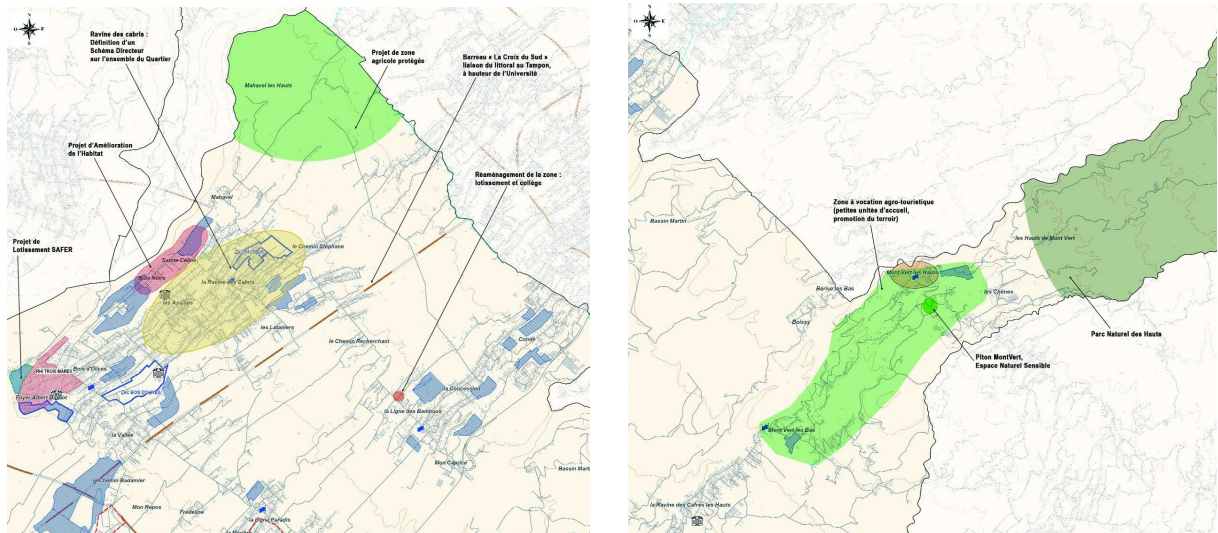


Figure n° 12: les différentes opérations du PUT de Saint Pierre
Source : Quel projet urbain : Commune de Saint-Pierre, l'Agorah

III-2- La ville de Nice.

La ville de Nice est une ville méditerranéenne ayant de nombreux atouts géographiques, frontaliers, climatiques, culturels, artistiques, architecturaux et gastronomiques, son projet urbain est d'une vision globale touchant à tous les domaines : des transports aux nouvelles installations, mais présente un enjeu touristique.

III-2-1-Eléments de contextualisation.

Nice est la capitale des Alpes Maritimes en Côte d'Azur, elle bénéficie d'une position stratégique dans l'arc méditerranéen et de nombreux atouts géographiques, frontaliers, climatiques, culturels, artistiques, architecturaux et gastronomiques. Dans ce cadre, Nice a défini une stratégie de développement axée principalement sur la préservation de son environnement naturel, patrimonial et culturel. La mise en place d'une politique de développement durable s'applique à tous les domaines ; des transports aux nouvelles installations.

III-2-2- Les ambitions de Nice et les instruments/documents de planification.

- Devenir une référence en matière d'écologie et la Ville verte de la Méditerranée
- Faire de Nice la destination de l'art de vivre méditerranéen tout en répondant aux exigences des voyageurs.
- Conserver l'authenticité de la ville et garantir aux visiteurs une qualité d'accueil.
- Être la destination incontournable du court séjour.

Pour atteindre ces objectifs, la ville a défini et mis en œuvre une série de projets ambitieux. Ils visent de redéfinir le cadre de vie futur des résidents et des touristes. Ces projets traduisent les enjeux et les orientations du projet d'aménagement et de développement durable du Plan Local d'Urbanisme de la ville de Nice.

Le P.L.U repose sur une approche globale et durable du territoire de la ville de Nice, les notions de projet urbain et de valorisation et de préservation sont au cœur du P.L.U et du P.A.D.D (Plan d'Aménagement et de Développement Durable).

Ces orientations sont nourries par les conclusions du diagnostic territorial et de la concertation avec la population, dans cette perspective, le P.A.D.D s'organise autour de 4 thèmes fondateurs :

- Préserver et valoriser un paysage et un environnement exemplaires ;
- Se loger et vivre ensemble ;
- Mieux circuler et se déplacer autrement ;
- Affirmer Nice comme métropole internationale.

Ces thèmes convergent vers un même objectif : tendre résolument vers un nouveau schéma d'aménagement adapté, équilibré et respectueux, capable d'anticiper sur les évolutions futures et de faire de Nice, un modèle innovant d'éco-territoire méditerranéen.

III-2-2-1- Préserver et valoriser un paysage et un environnement exemplaires.

Cette thématique se décline en 08 orientations

- Préserver l'amphithéâtre collinaire habité ; développer les coulées vertes
- Reconnaître et mettre en valeur le caractère paysager des quartiers
- Maintenir les anciens lotissements ; renforcer l'identité des quartiers.
- Protéger et mettre en valeur le patrimoine architectural et urbain
- Conforter l'image de la Baie des Anges
- Le front de mer niçois représente l'exemple rare du rapport entre une ville constituée et un espace naturel, matérialisé par la réalisation d'une promenade en surélévation de la plage sur près de 5 kilomètres. Il conviendra de maintenir la lisibilité de l'ensemble de la baie, de valoriser son traitement végétal et de maîtriser la place de l'automobile.
- Redonner leur place aux fleuves et à l'eau dans la ville
- Prendre en compte et soutenir les activités agricoles
- Maîtriser les risques et réduire les nuisances

III-2-2-2- Se loger et vivre ensemble.

- Créer une offre de logements suffisante de qualité
- Reconstruire la ville sur la ville : intensité urbaine et lutte contre l'étalement urbain
- Soutenir le développement des activités artisanales et des petites entreprises
- Favoriser une répartition équilibrée du commerce de proximité.

III-2-2-3- Mieux circuler et se déplacer autrement.

- Lier développement urbain et politique des déplacements.
- Développer une nouvelle politique de déplacement attractive pour les modes alternatifs à la voiture (créer un nouveau partage sécurisé de l'espace public).

III-2-2-4- affirmer Nice comme métropole internationale.

- Promouvoir Nice comme métropole internationale au service de l'emploi.
- Renforcer le développement de l'enseignement supérieur et de la recherche et les grandes manifestations.
- Réaliser de grands équipements structurants et renforcer les centres de vie.

III-2-3-Les enjeux.

1. Préserver et mettre en valeur le patrimoine bâti, naturel et paysager ; garantir la qualité environnementale.
2. Lutter contre l'étalement urbain ; favoriser la proximité et la convivialité.
3. Redéfinir une politique ambitieuse de déplacements ; offrir une meilleure desserte du territoire.
4. Faire de Nice une ville de stature internationale au cœur du bassin méditerranéen ; faire de Nice un modèle d'aménagement et de développement économique : Pour renforcer le rôle de Nice côte d'azur comme métropole internationale, il est nécessaire de conforter la vie culturelle en agrandissant, en rénovant et en créant les grands équipements en complémentarité avec les autres villes Azuréennes. Pour ce faire, les capacités d'accueil touristique devront être encore développées :
 - Renforcer l'attractivité touristique de la ville notamment pour développer le tourisme d'affaires.
 - Mettre en place un volet culturel ambitieux comprenant notamment : la création de grands événements culturels, l'agrandissement et la rénovation des musées...
 - Élargir le périmètre touristique du centre ville.
 - Requalifier le port de Nice et son quartier.

III-2-4-Grands projets de Nice.

III-2-4-1-La coulée verte : un véritable cheminement de verdure.

Un parc urbain de 12 hectares au cœur de la ville, qui reliera le musée d'art moderne et d'art contemporain (MAMAC) au Théâtre de Verdure et à la promenade des Anglais.

III-2-4-2-L'Aménagement de l'Eco-vallée dans le cadre d'une opération d'intérêt national.

Cette zone, située à l'ouest de la ville sur la plaine du Var, a pour ambition de devenir la référence du développement durable pour l'Europe du Sud et la Méditerranée.

Elle accueillera des entreprises de ce secteur d'activité dont un pôle d'enseignement et de recherche dédié aux métiers de développement durable et de l'écologie, mais également des équipements culturels en complément des structures existantes.

L'ambition de cette opération est de doter la métropole azurienne d'un quartier d'affaires à la hauteur de sa notoriété.

Une salle de prestige, vitrine du Tourisme d'Affaires, située en face de l'aéroport

De nouveaux équipements vont enrichir l'offre du tourisme d'affaires sur la Côte d'Azur.

Nice va se doter d'un parc des expositions de 75000 m² au sein de l'Eco-Vallée. Ce dispositif vise à compléter celui de l'actuel palais des congrès Acropolis situé au centre ville.

Un pôle d'échanges multimodal Nice Saint-Augustin rendra l'offre hôtelière facilement accessible. Il reliera, par tramway, l'aéroport, le parc des expositions et les installations de la zone de l'Eco-Vallée.

III-2-4-3- L'Olympic Nice Stadium au sein de l'Eco-Vallée.

III-2-4-4- L'extension du tramway.

L'installation de la première ligne du tramway a considérablement changé le visage de la ville, en rendant au piéton de nombreuses zones désormais interdites à la circulation. Il assurera la liaison de l'aéroport, situé à l'Ouest au port situé à l'Est, en passant par le centre ville. Cette connexion facilitera ainsi l'accès des nombreux touristes arrivant par avion et leur permettant d'être au centre ville en 15 minutes. Elle sera complétée par l'embellissement des quartiers traversés par le tramway. Livraison prévue pour fin 2016.

III-2-4-5- La gare ferroviaire Nice-Thiers.

La gare SNCF, construite en 1870 et le quartier environnant font l'objet d'un vaste programme de rénovation et d'amélioration urbaine. L'objectif est de rendre plus cohérent et plus agréable l'accueil en répondant aux besoins de développement des transports.

III-2-4-6- Les projets d'ouverture de lieux dédiés à la culture.

- Réaménagement du fort du Mont Alban et ouverture au public.
- Crypte archéologique.
- La tour Bellanda.
- Les abattoirs transformés en ateliers d'artistes
- Le musée national du sport

III-3- Le projet urbain du havre.

Le choix de l'étude du cas du Havre est dicté par les ressemblances entre la ville de Skikda et celle du Havre comme nous le verrons par la suite.

Dans cet exemple, nous ferons le point sur le projet de ligne ferroviaire LNPN (Ligne Nouvelle Paris Normandie), un projet de renforcement de l'accessibilité qui permettra d'une part de doter Paris d'une ouverture maritime indispensable à son rayonnement en tant que métropole et d'autre part, il est une pièce maîtresse pour le développement du Havre par la mise en lien de ses atouts compétitifs.

III-3-1-Eléments de contextualisation.

Le modèle du Havre en Haute-Normandie est un projet urbain qui s'inscrit dans le cadre de l'agenda 21 ainsi que le renouvellement urbain de son contexte, l'aménagement de sa côte, la reconstruction de la ville sur son port et l'intégration du port dans le centre ville.

La ville détient depuis 1999 le label très prisé de station balnéaire.

III-3-2-Le Havre : Pôle portuaire et industriel d'envergure européenne

Le havre possède le 5^{ème} port européen, premier port français pour le commerce extérieur et le trafic des conteneurs et 2^{ème} port pétrolier français.

1^{ère} raffinerie de France comme l'est celle de Skikda pour l'Algérie.

La région Havraise bénéficie de la proximité de la région parisienne et d'une extraordinaire ouverture sur le monde (Skikda-Constantine).

La population : En 2009, l'INSEE recensait 177.259 habitants pour la commune du Havre alors que l'unité urbaine du Havre rassemblait 242.474 ha, l'aire urbaine : 293.361 ha

-Dès les années 90, le Havre a choisi son destin de métropole maritime moderne, dynamique, ambitieuse, ou il fera bon vivre, c'est la raison d'être des grands projets que l'équipe municipale mène depuis plusieurs années et qui donnent aujourd'hui un nouveau visage à la ville.

III-3-3-Les grandes opérations.

III-3-3-1-Le Pic Urban.

Le PIC URBAN (programme d'initiative communauté urbaine) a été mis en place par l'union Européenne afin de favoriser une nouvelle dynamique dans les quartiers Sud du Havre.

Les axes prioritaires :

- Axe un : cohésion sociale, emploi formation
- Axe deux : développement économique
- Axe trois : environnement, restauration du cadre urbain

III-3-3-2-Les aménagements paysagers du port et de la zone industrialo-portuaire.

Ce point comprend des actions environnementales pour la prise en compte de la qualité visuelle et environnementale des installations industrielles et portuaires.

L'objectif étant de présenter l'image d'un port moderne, soucieux de l'environnement ; par la qualité des paysages qu'il propose et d'offrir un cadre de travail agréable.

III-3-3-3-L'agenda 21 du Havre.

Lancé en 2003, l'agenda 21 <<engagements et propositions citoyennes>> était présenté en 2007, il définit neuf grandes thématiques ou orientations et contient 96 actions.

- Bien vivre en ville (25 actions) ;
- Se déplacer (14 actions) ;
- Accompagner l'emploi (10 actions) ;
- Valoriser nos atouts maritimes (7 actions) ;
- Préserver les milieux naturels (9 actions) ;
- Prévenir les risques naturels et industriels (8 actions) ;
- Informier et sensibiliser (5 action) ;
- Agir et encourager les initiatives (12 actions) ;
- S'exprimer et s'engager (6 actions)

III-3-3-4-Le nouvel agenda 21.

« Le Havre ville durable : enjeux et perspectives » ou « le Havre, métropole d'avenir »

- **Le défi du changement climatique.**
- Réduire les dépenses énergétiques
- Encourager les mobilités durables :
 - **Agir sur les mobilités pour renforcer l'attractivité**

Parmi les actions programmées et qui traduisent cet enjeu, le projet de LNPN : il s'agit d'une commande du chef de l'Etat dans le cadre de la réalisation du Grand Paris : Le Havre porte maritime de Paris. Vient alors ce projet de ligne nouvelle vers le Havre puis la desserte vers Caen.

Le projet de la Ligne Nouvelle Paris Normandie (**Figure 13**) de Réseau Ferré de France, prévoit la création d'une ligne ferroviaire dédiée aux voyageurs, permettant ainsi d'éviter l'engorgement lié à la circulation des trains de banlieue dans le secteur de Mantes-la-Jolie.

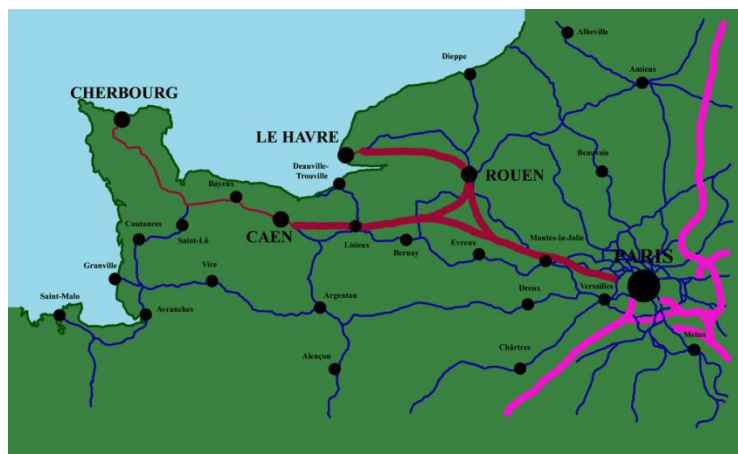


Figure n° 13: Le tracé du projet Ligne Nouvelle Paris-Normandie (LNPN)

La création d'une ligne nouvelle à grande vitesse entre Paris et la Normandie constitue un enjeu majeur. C'est un outil capital : la LNPN permettra de doter Paris d'une ouverture maritime indispensable à son rayonnement international. Pour les territoires, c'est une pièce maîtresse du développement par la mise en lien de leurs atouts compétitifs. En irriguant toute la Vallée de la Seine, la future ligne à grande vitesse favorisera une mobilité durable entre les territoires. Elle contribuera à valoriser les espaces naturels et le patrimoine.

Le Havre a pris conscience de la perspective historique qu'offre ce lien structurant, capable de rapprocher les territoires et de les transporter vers un développement économique, social et humain, plus rapidement et plus durablement. Par une mobilité accrue des voyageurs comme des marchandises, la LNPN créera les conditions du développement et la réalisation des ambitions locales. Elle sera propice à la création d'emplois, au déploiement d'activités tertiaires, innovantes et de recherche en mettant la Normandie à quelques encablures des centres d'affaires de La Défense et Saint-Lazare et de l'aéroport de Roissy. Elle contribuera au renforcement de l'activité industrielle, notamment dans les secteurs de l'énergie et du développement durable.

- **La préservation de la biodiversité et des ressources.**

- Révéler la nature de la ville
- Le Havre en vert
- Le Havre en bleu
- Protéger la ressource en eau

- **Le bien-être de chacun.**

- Aider l'enfant dans sa construction
- S'épanouir au travers d'une activité
- Vivre la modernité, cultiver le goût du monde

- **Une ville pour tous.**
- Cohésion sociale des territoires et des générations
- Promouvoir la diversité et l'égalité des chances
- Favoriser le développement de la citoyenneté
- **Produire, consommer et construire responsable.**
- Le Havre, port d'attache de l'éolien en mer
- Influencer l'évolution des modes de production
- Promouvoir l'économie positive et solidaire.

III-4-La Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique.

Nous avons choisi cet exemple pour s'inspirer de sa démarche.

III-4-1-Présentation de la stratégie.

La Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique s'inscrit dans la continuité des priorités du Plan de Développement de l'Industrie Touristique. Sur l'horizon de 2012-2020, ce plan entend, en effet, prioriser les initiatives et projets touristiques en fonction des quatre grands axes de développement que sont le renforcement des portes d'entrée (Montréal et Québec), la mise en valeur du Saint-Laurent, l'enrichissement du produit touristique québécois et le développement du potentiel des régions touristiques. À cet effet, afin de planifier rigoureusement et en concertation étroite avec l'industrie, Tourisme Québec (TQ) a mis en place des groupes de travail mixtes composés d'associations touristiques régionales et sectorielles. Un de ces groupes a consacré son action spécifiquement au Saint-Laurent.

III-4-2-Présentation du Saint-Laurent.

Le fleuve Saint-Laurent (**Figure 14**) relie les Grands Lacs de l'Amérique du Nord à l'océan Atlantique au Canada. Il est le seul émissaire du bassin des Grands Lacs. Le fleuve Saint-Laurent borde en partie la province de l'Ontario au sud et traverse le Québec tout entier. Il constitue dans sa partie ontarienne la frontière internationale et naturelle entre le Canada et les États-Unis par l'État de New York. Il est un des plus grands fleuves du monde.



Figure n° 14 : Le Fleuve Saint-Laurent

III-4-3-Etat des lieux.

Le développement touristique du Saint-Laurent tient compte d'une série de grandes tendances qui conditionnent le tourisme à l'échelle mondiale. Parmi celles-ci, sont mentionnées :

- La préoccupation croissante de la population occidentale et des clientèles à l'égard de la santé, de la forme physique, de la durabilité sociale et environnementale, des expériences uniques et authentiques, et pour des forfaits sur mesure ou personnalisés ;
- La concurrence de plus en plus vive, jumelée à la croissance du tourisme mondial ainsi qu'au poids grandissant des économies émergentes ;
- Les effets d'Internet, du Web 2.0 et du Web mobile sur le marketing, la distribution, la préparation, la réservation des voyages, l'accueil à destination et maintenant les expériences de visites des sites touristiques.

Partant des cinq thèmes de découverte du Saint-Laurent, divers travaux d'analyse et de réflexion ont été réalisés par Tourisme Québec pour établir un état des lieux du Saint-Laurent touristique. Des enquêtes ont été menées auprès de Québécois et de clientèles en provenance des principaux marchés hors Québec, pour un total de 17 000 répondants. La réflexion s'est aussi appuyée sur des études et entrevues réalisées auprès de plus de 70 entreprises du réseau de distribution ainsi que sur une analyse territoriale du Saint-Laurent.

III-4-3-1- L'analyse de la demande.

Les données disponibles relatives à l'achalandage sur le Saint-Laurent portent principalement sur les différents types de croisières.

L'Enquête sur les préférences en matière de voyages démontre que la taille des marchés potentiels au Canada et aux États-Unis, pour certaines activités liées au Saint-Laurent, est importante. Certaines de ces activités se distinguent d'ailleurs comme principal déclencheur d'un

voyage. C'est le cas des visites de parcs nationaux, de l'observation des mammifères marins et du kayak de mer qui sont les motifs principaux des déplacements pour des proportions importantes de touristes.

III-4-3-2-Inventaire de l'offre.

Le Saint-Laurent compte parmi les plus grands fleuves du monde. Il offre une grande diversité d'activités sur terre et sur l'eau. 1 052 attraits et activités (**Annexe 1**) gravitant dans la grande famille de produits du Saint-Laurent ont été identifiés.

Aux fins de la planification du développement, le Saint-Laurent touristique est découpé en cinq zones géographiques (**figure 15**), délimitées selon la personnalité touristique propre à chacune :

- **L'Ouest du Saint-Laurent**, qui couvre la région touristique de Montréal et une partie de la Montérégie ;
- **Le Lac Saint-Pierre**, qui correspond au territoire de la Réserve mondiale de la biosphère, qui couvre les régions de Lanaudière, Mauricie, Centre-du-Québec et une partie de la Montérégie ;
- **Le Centre du Saint-Laurent** qui couvre Québec, Charlevoix et la Chaudière-Appalaches et où les ATR (associations touristiques régionales) travaillent déjà, en concertation, à la mise en valeur du fleuve ;
- **Le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent** où les acteurs majeurs sont ensemble dans l'Alliance Éco-Baleine et d'autres activités axées sur la protection et l'observation des mammifères marins ;
- **L'Est-du-Québec** qui touche les cinq ATR du Québec maritime : Bas-Saint-Laurent, Gaspésie, Îles de la Madeleine, Manicouagan et Duplessis.

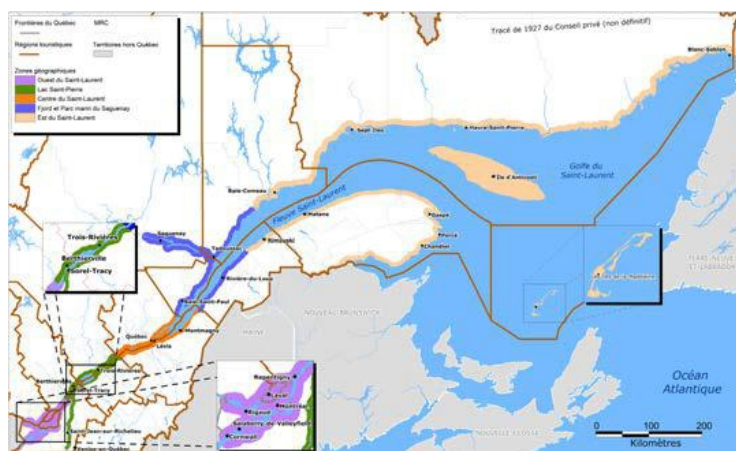


Figure n°15: les zones géographiques associées à la stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique
Source : Le Saint-Laurent du fleuve à la mer, 4 000 km de découvertes [enligne]

<http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/publications-administratives/strategie-saint-laurent.pdf>

Ces zones présentent leurs particularités propres :

- L'Ouest du Saint-Laurent, avec Montréal, se distingue notamment par son statut de porte d'entrée du Québec, comme deuxième escale d'embarquement et de débarquement des navires de croisières internationales et par la présence du parc national les-de-Boucherville ;
- Le Lac Saint-Pierre est reconnu pour une forte proportion d'aires protégées et son statut de réserve mondiale de biosphère de l'Unesco ;
- Le Centre, avec Québec, est la première escale d'embarquement et de débarquement des navires de croisières internationales et se distingue aussi par les panoramas spectaculaires dans Charlevoix et ses îles et archipels ;
- Le Parc marin du Saguenay–Saint-Laurent table sur la notoriété de son produit d'observation des mammifères marins, ses pratiques d'éducation et d'observation et la présence d'initiatives telles que l'Alliance éco-Baleine et la campagne promotionnelle 2013 « Viens voir les baleines ».
- L'Est se caractérise par l'omniprésence du Saint-Laurent. C'est la zone où l'identité régionale est la plus fortement liée au fleuve et où les institutions muséales et les parcs nationaux mettent en valeur les richesses historiques, patrimoniales et naturelles du Saint-Laurent.

Les données de l'état des lieux ont été analysées par la méthode SWOT, les Atouts, les Faiblesses, les Opportunités et les Menace de l'aire d'étude ont été évidemment relevés.

III-4-4-Enjeux et objectifs.

L'enjeu principal de la Stratégie de mise en valeur consiste à Faire du Saint-Laurent une icône touristique de calibre international, qui bénéficiera d'un développement durable aux retombées économiques considérables.

L'approche retenue mise sur :

- La présence d'attraits qui motivent les déplacements, encouragent les séjours prolongés et génèrent des dépenses accrues. Ces attraits se répartissent en 10 pôles (**Figure 16**) de concertation appelés pôles saint Laurent. Les pôles se composent d'une offre variée de produits prioritaires et complémentaires
- Des routes, itinéraires et circuits touristiques maritimes et terrestres reliant ces pôles entre eux, qui invitent à la découverte de produits complémentaires, exploitent davantage le concept des thématiques reliées au saint Laurent et développent le potentiel régional.

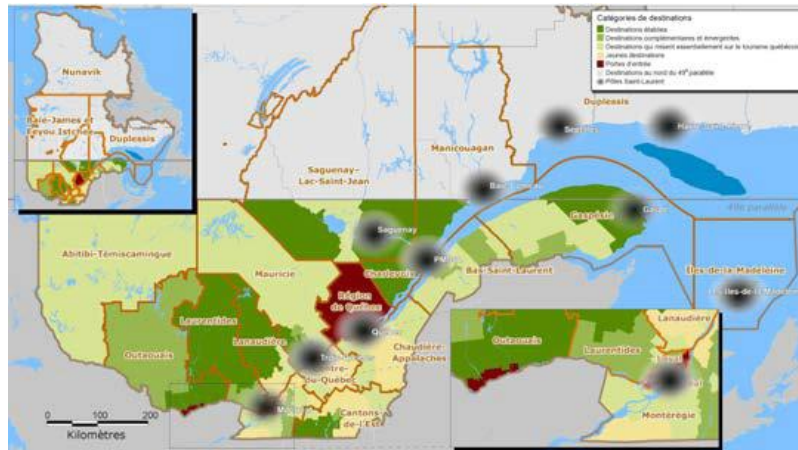


Figure n° 16 : Les dix pôles Saint-Laurent en fonction des catégories de destinations
Source : Le Saint-Laurent du fleuve à la mer, [enligne] <http://www.tourisme.gouv.qc.ca/>

Les mesures retenues visent principalement à :

- Hausser le pouvoir d’attractivité des pôles Saint –Laurent et de leurs produits touristiques
- Développer les produits maritimes stratégiques du Québec d’une façon durable
- Relier entre eux les pôles Saint Laurent par les circuits terrestres et maritimes
- Parfaire nos connaissances sur le saint Laurent touristique
- Soutenir les efforts visant à faire du Saint Laurent un élément important du positionnement du Québec Original
- Assurer une mise en œuvre concertée de la stratégie

III-4-5-Plan d’actions.

III-4-5-1-Le développement de l’offre ; les mesures priorisées

- ✓ Augmenter l’attractivité des sites naturels dans les dix pôles
- ✓ Développer les parcs nationaux de la Sépaq en offrant des activités innovatrices qui profiteront aux régions et feront en sorte que le Québec puisse se démarquer sur la scène internationale
- ✓ Accompagner les entreprises touristiques et offrir un accompagnement structuré et proactif aux promoteurs
- ✓ Enrichir l’expérience de séjour des touristes. Doter les pôles et circuits d’un accueil de qualité et performant qui associe tous les acteurs intervenant auprès des visiteurs à toutes les étapes de leur séjour.
- ✓ Consolider à court terme les avantages concurrentiels sur les marchés étrangers prioritaires.

- ✓ le Saint-Laurent d'ouest en est : l'importance des circuits : relier entre les pôles saint Laurent par les circuits terrestres et maritimes
- ✓ Rehausser l'expérience, valoriser l'offre touristique et susciter les déplacements
- ✓ Améliorer et mettre en réseau les stations nautiques existantes ou celles en devenir.
- ✓ Favoriser leur liaison, notamment par le transport intermodal, de façon à permettre aux visiteurs d'expérimenter à la fois les routes maritimes et terrestres au cours d'un même voyage.
- ✓ Enrichir et personnaliser les routes et circuits terrestres le long du saint Laurent

Doter l'industrie touristique du Saint-Laurent d'une approche de développement concertée qui prendra en compte les caractéristiques particulières et les richesses naturelles et patrimoniales.

III-4-5-2-Le marketing

Afin de favoriser la concertation entre les différents intervenants, TQ proposera une stratégie marketing, de concert avec les associations touristiques et sectorielles. Sa mise en œuvre devrait accorder une place importante aux initiatives favorisant notamment le positionnement du Saint-Laurent touristique.

III-4-5-3-Les Alliances

L'industrie privilégie les alliances marketing pour les marchés cibles, à l'image notamment de la « Campagne baleine » de promotion de l'activité d'observation des mammifères marins du Saint-Laurent dans la zone du parc marin.

III-4-5-4-Le positionnement marketing et la vitrine web

Deux pistes apparaissent également prometteuses en vue d'une mise en valeur accélérée et profitable du Saint-Laurent : une présence accrue du fleuve dans son ensemble et de ses icônes, afin qu'il devienne un des éléments importants du Québec Original, ainsi que l'actualisation d'une vitrine Saint-Laurent sur bonjourquebec.com, qui mettra à profit les meilleures pratiques de destinations comparables.

Conclusion :

Après avoir présenté ces quatre projets, nous procédons à une analyse comparative (**Tableau n° 2**) dans l'objectif de faire ressortir les thématiques traitées et de faire émerger les principes du projet urbain touristique qui vont nous servir pour l'accomplissement du notre.

Tableau n° 2: tableau de confrontation entre les quatre (04) exemples analysés.

Projet urbain touristique de Saint Pierre de la Réunion	Projet de développement touristique de Nice	Le Projet urbain : le Havre	stratégie de mise en valeur / Saint Lurent touristique. Canada
<p>- <u>Interface ville mer</u> (l'ouverture de la commune sur la mer) - <u>Espace publics</u> - <u>Requalification des différents quartiers</u> renforçant la mixité sociale et améliorant <u>la qualité de vie</u>. - <u>Résorption de l'habitat insalubre</u> Le <u>patrimoine</u> -Les aménagements extérieurs (<u>paysages urbains et naturels</u>) -L'<u>accessibilité</u> (interventions sur le maillage routier pour le renforcer). -Interventions sur <u>l'accessibilité du littoral</u> pour le relier avec les zones d'activité d'une part et les ZAC d'autre part. -Aménagements du <u>littoral</u></p>	<p><u>Intégrer la nature dans la ville</u> : Les aménagements extérieurs (paysages naturels : la coulée verte). - <u>Interface ville Port</u> (la requalification du port de Nice et de son quartier) Renforcer le <u>volet culturel</u> (la création de grandes manifestations culturelles) Renforcer la <u>métropolisation</u> (faire de Nice une ville de stature internationale) Le <u>patrimoine</u> (architectural et urbain Appliquer la politique de <u>développement durable</u> à tous les domaines. L'<u>habitat</u> : Offre de logements de qualité La création des <u>équipements structurants</u> (quartier d'affaire) <u>Espaces publics</u> <u>Embellissement</u> des quartiers existants Nouvelle politique de <u>déplacement</u> (maîtriser la place de la voiture dans la ville) Mettre en valeur la <u>baie de Nice</u> (en valorisant son traitement paysager et en maîtrisant la place de l'automobile) L'<u>accessibilité</u> : offrir une meilleure desserte du territoire (port-aéroport-centre-ville). Développement de la <u>capacité d'accueil touristique</u></p>	<p>-Le <u>renouvellement urbain</u> du contexte Havrais aménager <u>la côte</u> L'<u>emploi</u> Les <u>déplacements</u> Interventions sur <u>la mobilité</u> pour renforcer l'attractivité (le projet LNPN : voie à grande vitesse entre Paris et le Havre) Le <u>patrimoine</u> Les <u>Grands équipements</u> (pôle de culture-loisirs-sports) Renforcement de <u>l'attractivité commerciale</u> dans le centre ville Réhabilitation du <u>centre ancien</u> Interventions sur <u>l'entrée de ville</u> Le <u>Développement Durable</u> <u>Informer Sensibiliser</u> Prévenir des risques naturels et industriels <u>Reconstruction de la ville sur son port</u> L'<u>intégration du port dans le centre-ville</u> (<u>aménagements paysagers du port</u> du Havre et de la zone industrialo-portuaire qualité visuelle et environnementale des installations industrielles et portuaires). Valoriser les <u>atouts maritimes</u></p>	<p>Interventions sur <u>l'offre touristique</u> (enrichir l'expérience de séjours des touristes) Offrir à l'ensemble des touristes un <u>accueil de qualité</u> L'importance des <u>circuits touristiques</u> Le <u>Marketing et la vitrine Web</u> (l'actualisation d'une vitrine Saint-Laurent su <u>bonjour.com</u>)</p>

(Source : l'auteur, 2015)

A partir des exemples approchés, nous percevons le caractère de globalité du projet urbain et du tourisme aussi. Concevoir un produit touristique durable dans une démarche de projet urbain, nécessite la prise en compte de plusieurs activités et services émanant de divers secteurs. Sans omettre l'importance de l'accessibilité apparente dans tous les projets.

Chapitre IV : LE TOURISME EN ALGERIE : LECTURE DE LA POLITIQUE NATIONALE

Introduction.

Dans un objectif de renverser la tendance actuelle et de faire passer l'Algérie de pays émetteur à pays récepteur de touristes, l'Algérie a décidé de donner au tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et de ses atouts construits ou hérités. Il s'agit désormais d'encadrer concrètement la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les réseaux de commercialisation internationale du tourisme grâce à l'émergence de l'Algérie comme destination touristique emblématique et de référence au plan international.

Cette démarche est traduite dans le schéma directeur d'aménagement touristique à l'horizon 2030 en tant que cadre stratégique de référence d'une vision à long terme de la mise en tourisme de l'Algérie.

IV-1- Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique.

Le SDAT constitue pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable. C'est l'acte par lequel l'état affiche pour tous les acteurs et opérateurs, pour tous les secteurs d'activités, pour les régions et notamment les collectivités locales son projet touristique territorial à l'horizon 2025 ainsi qu'à l'horizon 2015 (moyen terme) et 2009 (court terme).

Le SDAT tire son essence et sa cohérence du SNAT relative à l'aménagement du territoire et au développement durable. Le présent Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025» est de ce fait un instrument qui traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays et de le mettre au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro méditerranéenne.

IV-2. Les cinq dynamiques de la mise en tourisme de l'Algérie.

La politique nationale actuelle en matière de tourisme est traduite par cinq actions dites les cinq dynamiques identifiées par le S.D.A.T pour la mise en tourisme de l'Algérie, elles constituent le chemin critique, le plus court pour le nouveau positionnement du tourisme algérien et de sa relance rapide et durable à même de garantir le retour de l'Algérie sur la scène internationale à travers sa position géostratégique.

La dynamique Une (01): Le Plan destination Algérie : pour accroître l'attractivité et la compétitivité

La dynamique Deux (02): Le Plan Pôles et Villages touristiques d'excellence: vise à l'émergence de puissants Pôles Touristiques d'Excellence reconnus comme modèle par le marché touristique international. Ces pôles doivent permettre de structurer le territoire algérien et doivent contribuer de façon active à façonner l'image touristique de l'Algérie et l'émergence de la destination Algérie (La dynamique Une 01).

La dynamique Trois (03): Le Plan Qualité Tourisme Algérie : il s'agit de réaliser un plan de développement de la qualité de l'offre touristique nationale intégrant la formation et l'éducation visant l'excellence et le recours aux technologies de l'information et de la communication en cohérence avec l'évolution du produit touristique dans le monde.

La dynamique Quatre (04): Le Plan Partenariat Public-Privé : il s'agit de 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 efficace.

La dynamique Cinq (05): Le Plan Financement Opérationnel : il s'agit de mesure et d'incitation pour soutenir les activités touristiques, les promoteurs, les développeurs et attirer les grands investisseurs nationaux et internationaux.

IV-3. Le nouveau concept de développement du tourisme national.

Dans le cadre de la promotion et du développement du tourisme national, le SDAT préconise un nouveau concept de développement du tourisme national fondé sur l'excellence, l'authenticité et la durabilité à travers la refondation de la destination Algérie, en tant que destination Phare notamment au sein de l'espace Euro-méditerranéen.

Ce nouveau concept qui prend essence dans le nouveau positionnement du tourisme national en tant que produit compétitif tirant vers l'excellence, est articulé autour des **pôles touristiques d'excellence** présentant une offre de filières en mesure de favoriser l'ascension de l'Algérie en tant que pays émergeant dans le domaine touristique.

Ce concept est articulé autour des thématiques suivantes:

Le tourisme balnéaire et nautique; le tourisme de villes, d'affaires (loisirs, fun shopping, affaires et de congrès); le tourisme saharien et de randonnées « les SUDS »; le tourisme de soin, de santé et de bien être; le tourisme culturel et cultuel; les autres formes de tourisme (tourisme sportif, de détente, de loisirs, l'écotourisme), ou de tourisme de niches.

IV-4- Les Pôles Touristiques d'Excellence.

IV-4-1. Le concept de Pôle d'excellence.

Les pôles d'excellence sont par nature un cadre de mise en réseau et en synergie de compétences, de connaissances, de métiers autant que de moyens (matériels et financiers) favorisant l'innovation et la création de valeur. La prospérité ainsi apportée tend par effet d'entraînement à se propager aux autres activités locales, notamment de service et de sous-traitance.

Les pôles d'excellence touristiques sont les espaces qui offrent un potentiel touristique de qualité de nature à favoriser des implantations accessibles facilement et à fort rayonnement.

IV-4-2. Définition Du Pôle Touristique d'Excellence.

Le P.OT est une combinaison sur un espace géographique donné de villages touristiques d'excellences doté d'équipements d'hébergement, de loisirs, d'activités touristiques et de circuits touristiques en synergie avec les autres projets économiques et sociaux qui assurent un développement équilibré de chaque territoire.

Il répond à la demande d'un marché et doit avoir une autonomie suffisante pour pouvoir rayonner à l'échelle nationale et/ou internationale.

Le pôle touristique est multidimensionnel, il intègre des logiques sociales, culturelles, territoriales, commerciales et son périmètre géographique peut intégrer ou non une ou plusieurs zones et plateformes d'expansion touristique ZET. Chacun des ces pôles est constitué de plusieurs composantes en fonction de ses potentialités et de son attractivité territoriale et qui sont appelées à être mises en synergie. Pour autant, chacun des pôles est identifié au travers d'une thématique principale et dominante qui forge son identité et lui donne son image de marque et sa signature pour la cohérence de son positionnement mais il renvoie également à d'autres thématiques(secondaires) pour éviter d'être monofonctionnel et pour garantir une offre multiple et diversifiée répondant aux attentes des différents segments de clientèles.

C'est ainsi que sept pôles touristiques d'excellence (POT) (**Carte n°01**) ont été identifiés par le S.D.A.T 2025 dont celui du Nord- est regroupe la Wilaya de Skikda avec cinq (05) autres Wilayas. Ces pôles sont appelés à devenir de véritables « VITRINES SYMBOLES » de la nouvelle Destination Algérie; une destination touristique durable, compétitive, innovante, originale, et de qualité. Il s'agit:

1 Du Pôle Touristique d'Excellence Nord-Est (POT N.E) : Annaba, El-Tarf, Skikda, Guelma, Souk Ahras etTébessa.

2 Du Pôle Touristique d'Excellence Nord-Centre (POT N.C) : Alger, Tipaza, Boumerdès, Blida, Chlef, Ain Defla, Médéa, Bouira, Tizi Ouzou et Bejaia.

3 Du Pôle Touristique d'Excellence Nord-Ouest (POT N.O) : Oran, Mostaganem, Aïn Témouchent, Tlemcen, Mascara, Sidi Bel Abbès et Relizane.

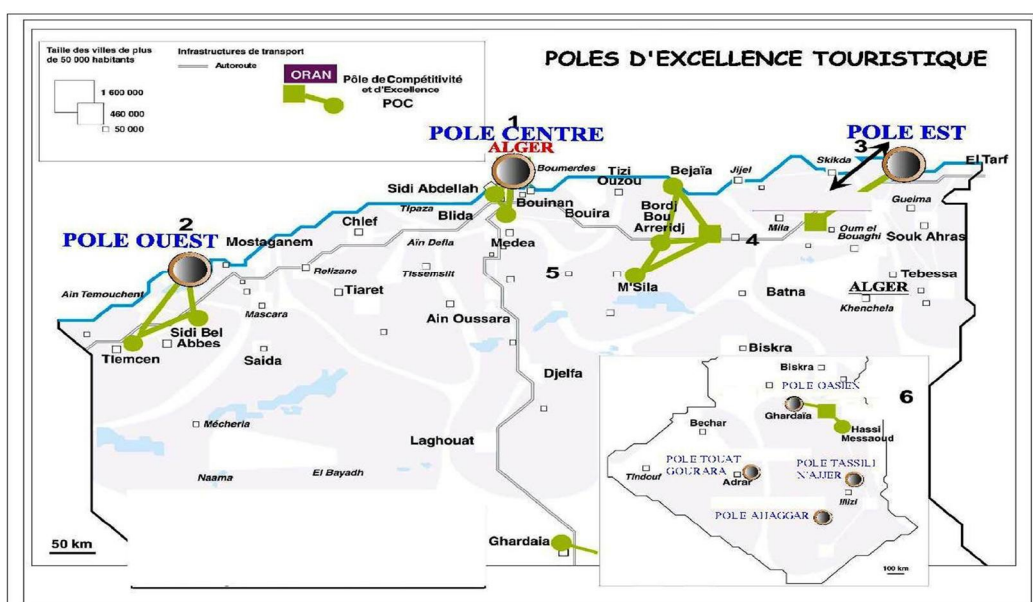
4 Du Pôle Touristique d'Excellence Sud Est (POT S.E) "Oasien" : Ghardaïa, Biskra et El Oued.

5 Du Pôle Touristique d'Excellence Sud Ouest (POT S.O)" Touat-Gourara» : les Routes des Ksours : Adrar et Béchar

6 Du Pôle Touristique d'Excellence Grand Sud (POT G.S) : Le Tassili: Illizi.

7 Du Pôle Touristique d'Excellence Grand Sud (POT G.S): L'Ahaggar : Tamanrasset.

Pôles Touristiques d'Excellence - POT



Carte n° 01 : les pôles touristiques d'excellence

Source : SDAT national

IV-4-3. Comment définir les pôles touristiques d'excellence (POT) ?

Les pôles sont appelés à devenir de véritables « VITRINES SYMBOLES » de l'émergence d'une Destination Touristique d'Excellence durable, compétitive, innovante, originale, et de qualité... Le concept de « POT » résulte du croisement de plusieurs logiques :

- Une logique de filières (filières identiques par rapport au nouveau concept du tourisme algérien)
- Une logique de potentialités de développement du site (infrastructures minimum, atouts touristiques avérés...)
- Une logique foncière (disponibilités foncières : zones et plateformes d'expansion touristiques)
- Une logique territoriale (répartition spatiale équilibrée des activités sur le territoire national)

A partir de la structuration de ces pôles, l'objectif est de produire un effet de levier facilitant l'irrigation touristique de l'ensemble du territoire.

IV-4-4. Les objectifs des P.O.T.

- 1- Faciliter la compétitivité l'attractivité et la durabilité des territoires.
- 2- Développer selon leurs atouts :
 - Le 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

IV-5-Les Zones d'Expansion Touristique.

Toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines et créatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique et pouvant être exploitée pour le développement d'au moins une sinon plusieurs formes rentables de tourisme¹.

IV-5-1-La Stratégie D'aménagement Des ZET.

Dans la politique relative au développement du tourisme en Algérie. La détermination des zones d'expansion touristique (ZET) à travers le territoire national est fonction des aspects suivants:

- 1/ Nature et degré de concentration des potentialités touristiques.
- 2/ Degré de développement des infrastructures et des équipements.
- 3/ Situation favorable des réseaux techniques.
- 4/ Accessibilité.

Au plan réglementaire, 205 zones d'expansion touristique (ZET) son délimitées. La stratégie d'aménagement des ZET appréhende la valorisation et l'aménagement selon 4 catégories de zones:

¹Loi 03-03 relative aux ZET [enligne]<http://faolex.fao.org/docs/pdf/alg70792.pdf>

1/ Les zones qu'il y lieu de laisser à l'état naturel eu égard à leur vulnérabilité au plan écologique et des difficultés d'aménagement.

2/ Les zones qui se prêtent aisément à l'investissement compte tenu de leurs situations.

3/ Les zones favorables au développement au tourisme familial compte tenu de la possibilité d'adaptation de plusieurs formules d'hébergement.

4/ Les zones destinées au tourisme international de standing du fait de la particularité des sites et de la possibilité de création de grands ensembles touristiques, dans ce contexte le SDAT 2030 a programmé des villages touristique d'excellence (VTE) au nombre de quinze (15) plus trois (03) parcs écologiques et touristiques à travers les sept pôles touristiques d'excellence prévus, ce qui met en exergue le rôle primordial que joue les ZEST dans la mise en tourisme de l'Algérie et la concrétisation des fins de la politique touristique de l'état.

IV-6-Lecture de la politique nationale en matière de développement touristique.

IV-6-1-la nouvelle gouvernance touristique.

Dans le cadre de la mise en tourisme de l'Algérie à l'horizon 2030, reposant sur la mise en œuvre des P.O.T, l'état algérien a mis en place une nouvelle gouvernance touristique à travers laquelle, il vise à favoriser des interactions constructives entre les trois principaux acteurs de développement touristique¹ :

L'état conçoit la politique au niveau national que les collectivités locales mettent en œuvre au plan régional et local. L'État reste le moteur de développement à la faveur de démarches qui visent à créer un environnement politique et juridique favorable et de programmes de développement adossés à la promotion de la qualité et la labellisation de la nouvelle destination Algérie. **Les acteurs économiques** qui portent les projets génèrent des ressources et créent les richesses et les emplois.

La société qui facilite l'interaction politique et sociale en participant aux activités touristiques et au développement d'une culture touristique fondée sur les acquis d'une authentique civilisation. Elle participe également de l'aide à la formalisation définitive des projets touristiques définis dans les différents pôles en respectant la méthode de la démarche ascendante et participative².

La gouvernance permet ainsi d'assurer la mise en œuvre des projets dans un cadre transparent et dans une optique de cohérence respectée, de faisabilité technique et économique

¹ Schéma Directeur d'Aménagement Touristique "SDAT 2025" : Livre 4 La mise en œuvre du SDAT 2025 Le plan opérationnel, Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, 2008, page 06

² Tourisme DZ, magazine électronique du tourisme et de l'hôtellerie, 2011. Page 07

vérifiée et de bonne répartition des missions entre investisseurs publics et privés ainsi que de la bonne planification des actions dans l'espace et dans le temps.

IV-6-2-Les objectifs de la nouvelle gouvernance.

- **Aider à la création** d'un climat propre à la mise en tourisme de la destination Algérie,
- **Aider à l'émergence** des projets touristiques dans les différents pôles touristiques d'excellence en respectant une démarche participative,
- **Veiller à la mise en œuvre** des projets dans une optique de cohérence, de faisabilité technique et économique vérifiée et de durabilité,
- **S'assurer de la bonne** planification et de la bonne articulation des actions dans la durée.

IV-6-3-Les textes de lois pour la mise en place de la nouvelle gouvernance touristique.

L'administration centrale du ministère chargé du tourisme et de l'Artisanat.

- Décret Exécutif N° 10-254 du 20 octobre 2010 fixant les attributions du ministre du tourisme et de l'artisanat.

- Décret Exécutif N° 10-255 du 20 octobre 2010 portant organisation de l'administration centrale du ministère du tourisme et de l'artisanat.

- Décret Exécutif N° 10-256 du 20 octobre 2010 fixant les missions, l'organisation et le fonctionnement de l'inspection générale du ministère du tourisme et de l'artisanat.

Les services extérieurs du ministère chargé du tourisme et de l'Artisanat et les directions de wilaya.

- Décret exécutif n ° 10-257 du 20 octobre 2010 portant création des services extérieurs du ministère du tourisme et de l'artisanat et fixant leurs missions et organisation.

- Décret exécutif n ° 96-203 du 2 Juin 1996, fixant la liste, les conditions d'accès et la classification des postes supérieures des services extérieures du ministère du Tourisme et de l'Artisanat.

- Arrêté ministériel du 02 Juin 2007, fixant l'organisation de Direction du tourisme en bureaux. (En cours de modification).

- Arrêté du 12 Septembre 1996, portant délégation de pouvoir de nomination et de gestion administrative aux directeurs et chefs d'inspections du Tourisme et de l'Artisanat de wilaya (En cours de modification).

Les institutions sous-tutelle.

1. Office National du Tourisme (ONT).

- Décret n°88-214 du 31 octobre 1988 portant création et organisation de l'Office national du tourisme.

-Décret exécutif n°90-409 du 22 décembre 1990 modifiant et complétant le décret n°88-214 portant création et organisation de l'Office national du tourisme.

-Décret exécutif n°92-402 du 31 octobre 1992 modifiant et complétant le décret n°88-214 portant création et organisation de l'Office national du tourisme.

2. Commission nationale de la simplification des activités touristiques.

- Décret n°39-94 du 25 janvier 1994 portant création de la Commission nationale de la simplification des activités touristiques.

- Arrêté du 05 janvier 1999 portant désignation des membres de la Commission nationale de la simplification des activités touristiques.

- Arrêté du 24 novembre 1998 portant organisation interne de la Commission nationale de la simplification des activités touristiques.

3. Agence Nationale du Développement Touristique (ANDT).

- Décret exécutif N°98-70 du 21 février 1998 portant création de l'agence nationale de développement du tourisme et fixant ses statuts.

4. Assemblé national du tourisme.

- Décret présidentiel N°479-02 du 31 décembre 2002 portant création et l'organisation de l'Assemblé national du tourisme.

5. Touring Club Algérie.

- Décret exécutif N° 63-473 du 20 Décembre 1963, le Touring Club d'Algérie (TCA) est une association reconnue d'utilité publique nationale.

6. L'office National Algérien du Tourisme (ONAT).

- Décret n°80-77 du 15 mars 1980 portant création de l'Office national de l'animation, de la promotion et de l'information touristique (ONAT).

-Décret exécutif n°83-208 du 26 Mars 1983 modifiant et complétant le décret n°80-77 du 15 Mars 1980 portant création de l'Office national de l'animation, de la promotion et de l'information touristique (ONAT).

IV-6-4-Les établissements de formation dans le domaine du tourisme.

1- Ecole Nationale Supérieure du Tourisme (ENST).

- Décret exécutif n°94-255 du 17 aout 1994 portant création de l'école nationale supérieur du tourisme.

2-Institut National des Techniques Hôtelières et Touristiques.

- Décret exécutif n°94-256 du 17 août 1994 portant création de l'institut national des techniques hôtelières et touristiques.
- Décret exécutif n°02-455 du 21 décembre 2002 modifiant et complétant le décret exécutif n°94-256 portant création de l'institut national des techniques hôtelières et touristiques.
- Arrêté du 5 mai 1999 fixant nombre de filières et répartition des effectifs entre-elles, le régime des études ainsi que les modalités de fonctionnement du conseil pédagogique de l'institut national des techniques hôtelières et touristiques.
- Arrêté interministériel du 19 octobre 2003 portant création d'une annexe de l'institut national des techniques hôtelières et touristiques.

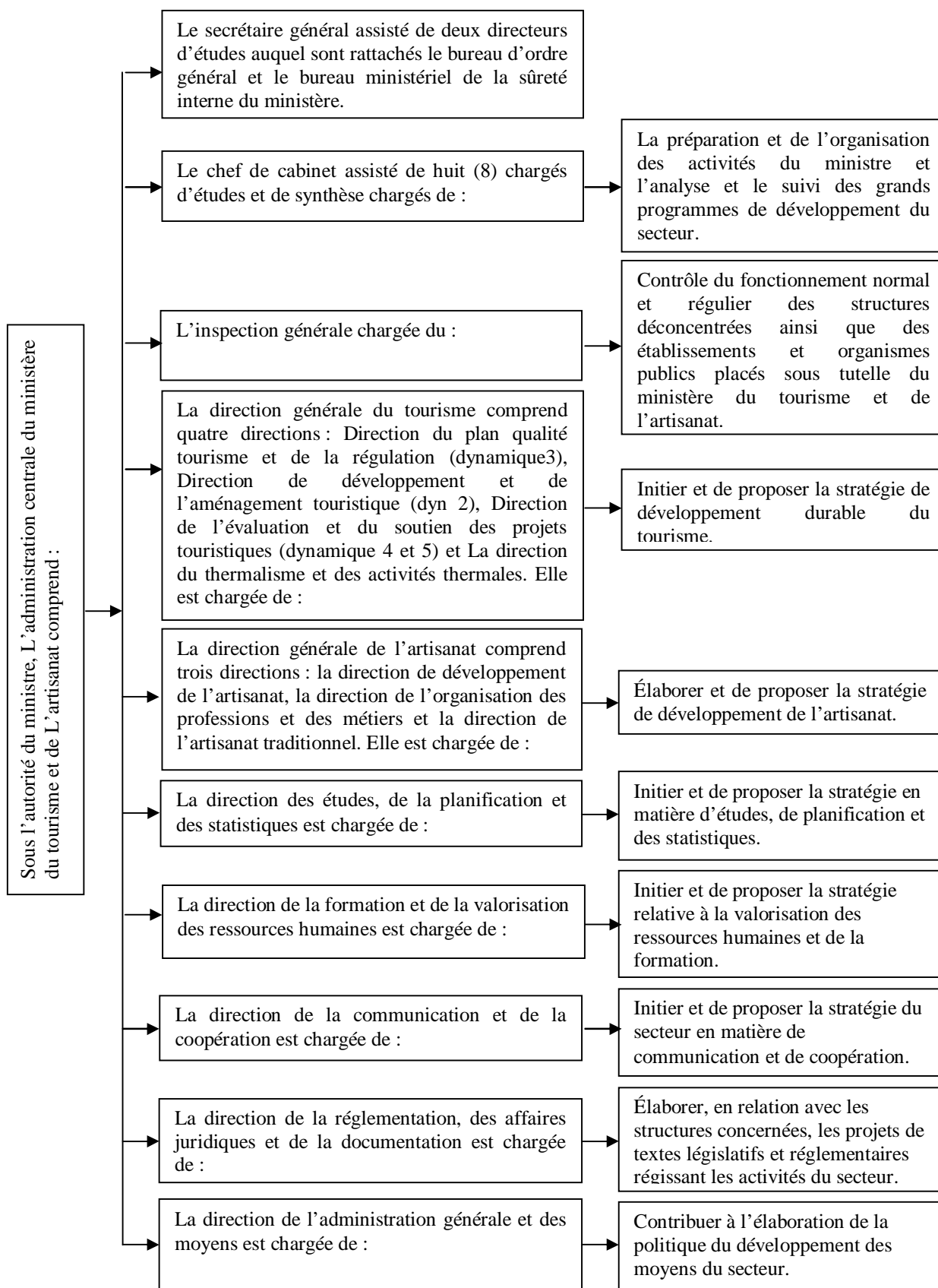
3- Centre d'Hôtellerie et du Tourisme (CHT).

- Décret exécutif n°94-257 du 17 août 1994 portant création du centre d'hôtellerie et du tourisme.
- Arrêté du 20 Avril 1996 fixant les modalités d'affectation des revenus provenant des activités, travaux et prestations, effectués par les établissements de formation sous la tutelle du ministère du tourisme et de l'artisanat en sus de leurs missions principales.
- Arrêté du 26 février 2001 fixant la liste des activités, travaux et prestations, effectués par les établissements de formation sous la tutelle du ministère du tourisme et de l'artisanat en sus de leur mission principale.
- Arrêté interministériel du 25 Août, 1996 portant organisation de concours sur titres et examens professionnels pour l'accès au corps spécifiques de l'administration chargée du tourisme et de l'artisanat.
- Arrêté interministériel du 6 Août 1997 portant l'accès à la formation spécialisée pour le grade d'inspecteur principal du tourisme.
- L'arrêté ministériel du 20 Novembre 2001 fixant organisation d'un cycle de formation spécialisée pour l'accès au grade d'inspecteur principal du tourisme.
- Arrêté ministériel du 12 septembre 2004 fixant le cadre d'organisation de la formation spécialisée pour l'accès aux corps de l'administration chargée du tourisme et de l'artisanat.

IV-6-5-les Organismes touristiques –interactions–.

L'administration centrale du ministère chargé du tourisme et de l'Artisanat :

L'administration centrale est une administration de missions (**Organigramme n° 01**) dont l'essentiel des activités est l'animation, l'encadrement, l'appui, la régulation et le contrôle des actions et des programmes d'activités touristiques déterminés par référence au S.D.A.T 2025.



Organigramme n°01 : Missions et Organisation de l'administration centrale du ministère du tourisme et de l'artisanat. **Source** : L'auteur, 2014

Les services extérieurs du ministère chargé du tourisme et de l'Artisanat et les directions de wilaya :

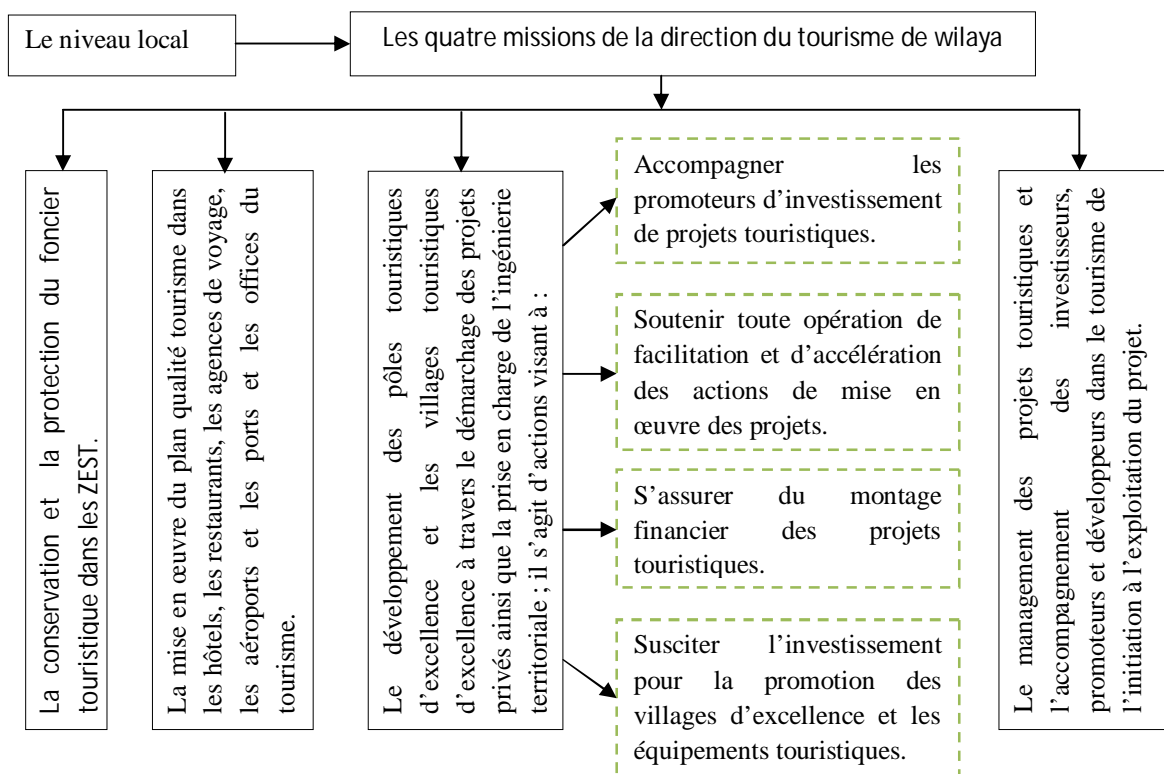
Selon le décret exécutif n ° 10-257 du 20 octobre 2010 portant création des services extérieurs du ministère du tourisme et de l'artisanat et fixant leurs missions et organisation, il est créé au niveau de chaque wilaya, une direction du tourisme et de l'artisanat, La direction du tourisme et de l'artisanat comprend trois (3) services :

- le service du tourisme,
- le service de l'artisanat,
- le service de l'administration et des moyens. Chaque service comprend deux (2) à trois (3) bureaux.

En matière de tourisme La direction du tourisme et de l'artisanat de wilaya, a pour missions **(Organigramme n° 02)** de :

- Etablir le plan d'actions annuel relatif aux activités touristiques,
- Initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement durable des activités touristiques locales,
- Veiller au développement durable du tourisme à travers la mise en valeur de toutes les potentialités locales,
- Encourager l'émergence d'offres touristiques diversifiées et de qualité,
- Mettre en œuvre les programmes et les mesures de promotion et de développement des activités de tourisme et de thermalisme et en évaluer les résultats,
- Collecter, analyser et alimenter l'outil d'observation statistique du secteur en matière d'informations et de données statistiques relatives aux activités liées à l'économie du tourisme et du thermalisme et d'en assurer la diffusion,
- Contribuer, avec les secteurs concernés, à la promotion du partenariat national et étranger, notamment dans les domaines de l'investissement et de la formation des ressources humaines,
- Intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristique,
- Orienter et suivre, en liaison avec les organismes concernés, les projets d'investissement touristique,
- Veiller à la conformité des activités touristiques et à l'application des règles, normes et standards de la qualité édictée en la matière
- Contribuer à l'amélioration des prestations touristiques notamment celles ayant trait à l'hygiène, la protection de la santé et la sécurité liées à l'activité touristique,

- Veiller à la satisfaction des besoins et des aspirations des touristes en matière de bien-être, de détente et de loisirs,
- Assurer l'exécution des budgets d'équipement et de fonctionnement dans son volet touristique,
- Assurer le suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et la qualité des activités touristiques,
- Participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des financements des activités touristiques par les fonds du sud et hauts plateaux,
- Animer et encadrer les services extérieurs, les espaces intermédiaires et le mouvement associatif ouvrant dans le tourisme au niveau local,
- Participer, en relation avec les secteurs concernés, à l'élaboration et à la mise en œuvre des actions de formation, de perfectionnement, de recyclage et de valorisation des ressources humaines,
- Contribuer à l'élaboration du plan annuel et pluriannuel de développement du tourisme dans la wilaya,
- Etablir les bilans d'activités trimestriels et annuels de l'activité touristique.



Organigramme n °02 : Les quatre missions de la direction du tourisme de wilaya.

Source : L'auteur, 2014

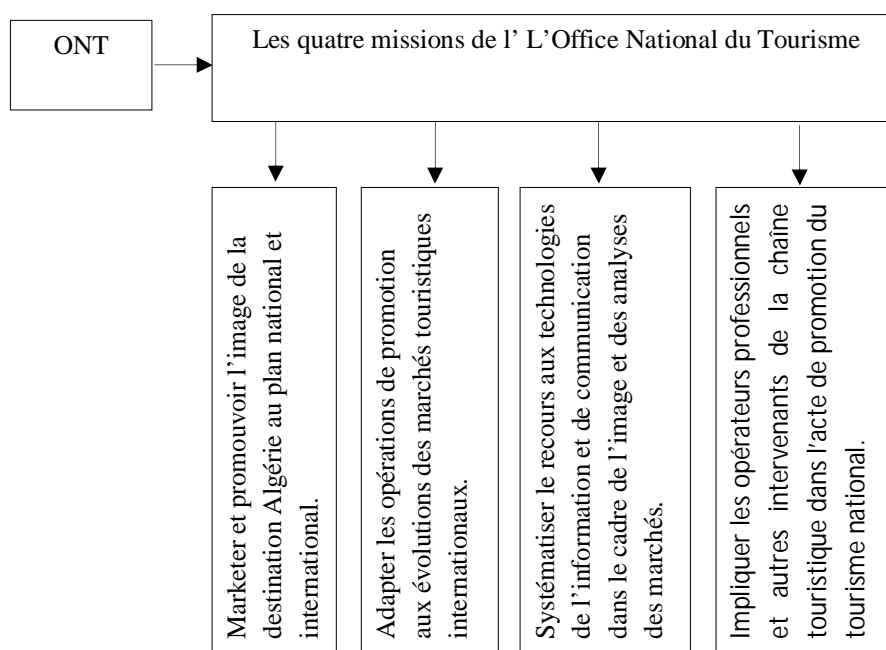
IV-6-5-1-Les institutions sous-tutelle.

1. L'Office National du Tourisme (ONT) :

L'Office National du Tourisme (O.N.T.) (**Organigramme n° 03**) a été Créé par le décret n° 88-214 du 31 Octobre 1988 portant création et organisation de l'Office national du tourisme, il est formé de 22 articles répartis en 5 titres, à savoir : création, dénomination, siège (I); missions et attributions (II); organisation et fonctionnement (III) ; dispositions financières (IV) et dispositions finales (V), selon ce décret désigne, l'ONT était un instrument pour la définition et

La mise en œuvre de la politique nationale en matière de tourisme.

La promotion de l'image touristique de l'Algérie afin de permettre d'insérer la destination Algérie dans le marché international, constitue un axe primordial de la politique nationale de développement du tourisme. Pour ce là, le décret 88-214 a été modifié et complété par les décrets exécutifs N° 90-409 et N° 92-402, l'office est devenu l'instrument de mise en œuvre de la promotion touristique suivant les orientations du schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT)¹



Organigramme n° 03 : Les missions de l'Office National du Tourisme.

Source : L'auteur, 2014

2. L'Agence Nationale de Développement Touristique ANDT :

Est chargée de la mise en place des sept pôles touristiques d'excellence et de la prise en charge effective des quatre missions clés de développement, de promotion, et d'accompagnement des promoteurs et investisseurs et de management de dossiers d'investissement au niveau local.

¹ http://www.ont.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=57

Mission 1 : Développement du pôle touristique d'excellence

Il a été retenu la création, au niveau de chacun des sept pôles touristiques d'excellence, une administration territoriale de mission auprès de l'ANDT dénommée : « mission de développement du pôle touristique d'excellence ». Cette mission est localisée au niveau du chef lieu de wilaya retenu en tant que siège de chacun des sept pôles d'excellence précités.

Les tâches assignées à chaque administration chargée de mission consistent, en concertation, avec les directeurs du tourisme de wilaya à :

- veiller à la protection, à la préservation et à l'assainissement des ZET couvertes par le pôle
- définir le concept de développement de chaque pôle touristique
- Réaliser les infrastructures d'accessibilité aux portes d'entrée des ZEST
- effectuer les opérations de bornage des pôles touristiques
- identifier et développer les différents réseaux d'accessibilité et d'utilité
- positionner les différentes demandes d'investissement touristique
- suivre la réalisation des projets touristiques des promoteurs et investisseurs

Mission 2 : Promotion du pôle touristique d'excellence

- assurer le marketing de l'image du pôle touristique d'excellence
- concevoir, produire et diffuser une documentation sur l'attractivité du pôle, à travers notamment des prospectus et supports publicitaires pour chaque ZEST et la création d'un site web dédié au pôle.
- Engager et développer des actions de promotion des différents POT
- mener des études de marché touristique au niveau du pôle.

Mission 3 : Accompagnement des investisseurs

Dans un souci d'une plus grande efficacité, et pour permettre de s'entourer de toutes les facilités de management et de gestion, du programme d'actions prioritaire de développement du pôle, le chargé de mission doit prioriser la mise en place d'un véritable réseau de partenaires ayant un lien direct ou indirect avec le développement touristique, particulièrement avec les autorités locales de la wilaya et de la commune, avec les partenaires du tourisme, et les services déconcentrés de l'état au niveau de la wilaya et enfin avec le mouvement associatif couverts par le pôle touristique d'excellence.

Mission 4 : Management et gestion des dossiers d'investissement touristique

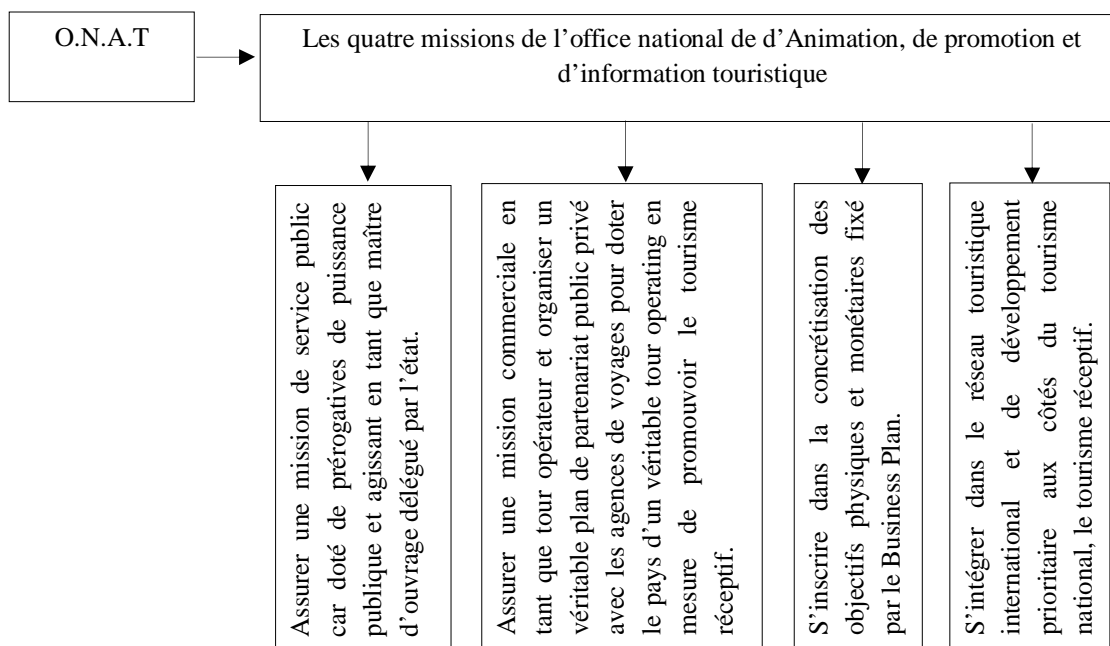
3. L'office national de d'Animation, de promotion et d'information touristique (L'ONAT) :

compte 35 agences réparties à travers 25 wilayas. L'ONAT est une entreprise à caractère commercial qui a en charge une activité d'intermédiation entre ceux qui offrent des services en

Algérie et la demande potentielle à l'étranger. Elle s'est recentrée sur son activité de base qui est celle d'organisateur de voyage.

Ses principales missions (**Organigramme n° 04**) sont :

- L'animation, la promotion et l'information touristiques
- La participation aux opérations de promotion commerciale.
- L'organisation des activités afférentes aux congrès et conférences.
- La conception et la réalisation des programmes de manifestations touristiques liés à la politique de loisirs.
- La coordination avec les syndicats d'initiative du tourisme à travers le territoire national.
- mettre en œuvre en liaison avec les entreprises de gestion sous tutelle du ministère du tourisme le programme de commercialisation du produit touristique au plan international.
- Procurer les prestations habituellement servies par une agence de voyages aux touristes à l'occasion de leurs déplacements ou de leurs séjours, notamment :
 - L'organisation d'excursions ou visites guidés ou non dans les villes, sites, monuments, musées, stations thermales et climatiques ou autres,
 - La vente ou la délivrance, par ses agences, de titres de transports de toutes sortes,
 - La réservation des places dans les transports en commun,
 - La location de véhicules de transport.



Organigramme n° 04 : Les missions de l' L'Office National du Tourisme. **Source** : L'auteur, 2014

4. Le Système Permanent d'Observation et d'Evaluation Touristique (S.P.O.E.T) :

Concerne la gestion moderne des destinations touristiques par le recours systématique aux technologies de l'information et de la communication connaît également une application généralisée en matière :

- De gestion en ligne des voyages (itinéraires, guides, billets etc....)
- De gestion et de réception hôtelières
- De gestion de la restauration

Les établissements de formation dans le domaine du tourisme :

Trois objectifs stratégiques sont fixés pour la formation afin d'aller au cœur des métiers du tourisme et de préparer l'Algérie touristique de 2025.

- 1- Le renforcement des capacités organisationnelles, es compétences et la professionnalisation des dirigeants et des personnels d'encadrement dans les écoles de formation.
- 2- La garantie de l'avantage concurrentiel des programmes pédagogiques et la qualification de l'encadrement pédagogique dans les écoles.
- 3- L'élaboration des normes d'excellence de l'éducation et de la formation en direction des métiers du tourisme par la formation magistrale et continue. Il s'agit d'aller vers la certification et l'homologation des programmes dans les écoles.

La mise en œuvre du S.D.A.T, est accompagné d'une nouvelle configuration de la carte de la formation touristique. Elle comprend :

L'École Nationale Supérieure du Tourisme Tipaza et l' Institut National du tourisme et de l'Hôtellerie Ain Témouchent qui viennent renforcer ceux déjà existants : l'École Nationale Supérieure du Tourisme d'Alger -ENST-, l' Institut National des Techniques d'Hôtellerie et du Tourisme de Tizi ouzou -INTHT- et le Centre d'Hôtellerie et du Tourisme de Boussaâda – CHT Et 7 écoles de formation professionnelle relevant du ministère : El-Tarf, Tlemcen, Tamanrasset, Boumerdes, Tizi Ouzou, Alger et ghardaïa.

Conclusion.

Depuis les assises du tourisme en février 2008, certaines mesures sont prises et sont favorables au développement du tourisme, les lois pour la promotion du tourisme ne manquent pas, les institutions aussi mais il reste loin des attentes et des objectifs définis préalablement.

Ce retard est l'une des conséquences des années 90 d'insécurité, sans omettre que l'environnement politique, économique et social ne sont pas encore viabilisés pour le

développement du tourisme, ajouté à cela, la priorité de l'état au tourisme n'est pas visible sur le terrain par de simples et habituelles déclarations sans suite logique de mesures concrètes.

Conclusion de la deuxième partie :

L'Algérie, pays de paysages merveilleux, riche en ressources naturelles et potentialités culturelles, humaines, constitue un écosystème indéniable, allusion faite aux quatre climats qui le caractérise. Sahara, montagnes, mer constituent des atouts permettant divers types de tourisme.

Au début des années 1970, l'état prit conscience de l'importance du développement du tourisme et sa contribution au développement économique qui fut engagé à l'époque. C'est ainsi que plusieurs hôtels et complexes hôteliers fut construits au niveau national. Cette dynamique d'investissement engagé par l'Etat n'était guère suffisante par rapport à la demande touristique internationale de l'époque, faute d'ouverture de l'économie, ce qui constitua un frein à l'expansion et à l'irrigation d'une économie touristique proprement dite. Cette période où l'état a accordé de l'intérêt pour le secteur du tourisme a fait rêver pleins d'acteurs du secteur d'un avenir prometteur pour la destination Algérie qui se dessinait.

Néanmoins, les données changèrent au début et surtout la moitié des années 80 où l'activité touristique recula considérablement. En revanche, c'est véritablement au début des années 90 que l'état prend des mesures et des positions pour des raisons politiques, qui sont réellement, en contradiction et défavorables au développement du tourisme. Dans les années 90, manque de sécurité le tourisme a été défavorisé. Fautes de touristes et donc de rentabilité, quelques exploitations hôtelières ferment leurs portes.

A partir de l'an 2000, avec le retour de la paix, l'état accorde une place privilégiée au tourisme dans le programme de relance économique. En premier lieu, une politique de développement du tourisme est engagée par le Ministère chargé du tourisme à l'horizon 2009 allongé tantôt à 2013, parfois à 2015. De nouvelles mesures sont prises, de nouveaux organismes seront créés ou renforcés avec plus de moyens. Le constat fait demeure le même; le parc hôtelier est vétuste, le secteur touristique en manque d'application rigoureuse des règlements et des lois est loin de répondre à l'éthique du domaine. Les différentes politiques ou essais, de désamorcer la situation de blocage que subit le secteur sont toutes vouées à l'échec.

A partir de l'année 2007, l'administration chargée du tourisme accorde une grande importance au développement du tourisme. Elle tente de mobiliser tous les acteurs des différents secteurs inhérents au tourisme et des professionnels du domaine.

En février 2008, la stratégie de développement touristique à l'horizon 2025 (actuellement allongée à 2030) est exposée aux différents acteurs participants aux assises nationales et internationales du tourisme. Cette stratégie sous forme de Schéma directeur d'aménagement

touristique à l'horizon 2025 vise à développer le tourisme en deux échéances, l'amorce de la destination Algérie à l'horizon 2015 et la mise en tourisme à l'horizon 2025.

Depuis les assises du tourisme, certaines mesures sont prises, nous les exposons à travers les cinq dynamiques qui résument une politique touristique ambitieuse, des lois et de nouvelles institutions sont créés. Toutes ces mesures sont favorables au développement du tourisme mais la réalité est encore loin des attentes et des objectifs définis préalablement. La part faible et en net recul du tourisme dans le PIB pour ces deux dernières années, est le premier indicateur à confirmer cette réalité. Une stratégie doit être la suite d'un constat et d'une réflexion appropriés à engager pour un développement pérenne et ce pour exécution par le biais de plans d'actions. La concrétisation des orientations et des objectifs de cette stratégie n'est pas visible sur terrain.

**-TROISIÈME PARTIE : DIAGNOSTIC TERRITORIAL SUR LE
TOURISME : QUELLE ACCESSIBILITE TOURISTIQUE A SKIKDA**

-Introduction de la troisième partie.

Cette partie dresse dans un premier temps et après avoir délimité l'aire d'étude, un diagnostic technique portant sur l'évaluation de l'accessibilité touristique de la ville de Skikda.

Le diagnostic sera porté sur cinq volets : environnemental, socioculturel, économique, technologique et politique et consiste à ressortir les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces en rapport avec la thématique.

Dans un second temps, les résultats du diagnostic partagé qui résident dans la méthode d'enquête par questionnaire et par entretiens viennent compléter l'analyse des données fournies suite à l'état des lieux.

Nous indiquons que nous ne pouvons pas faire l'analyse de l'aire d'intervention délimitée par la suite d'une manière isolée sans le placer dans un contexte global à l'échelle de toute la wilaya de Skikda.

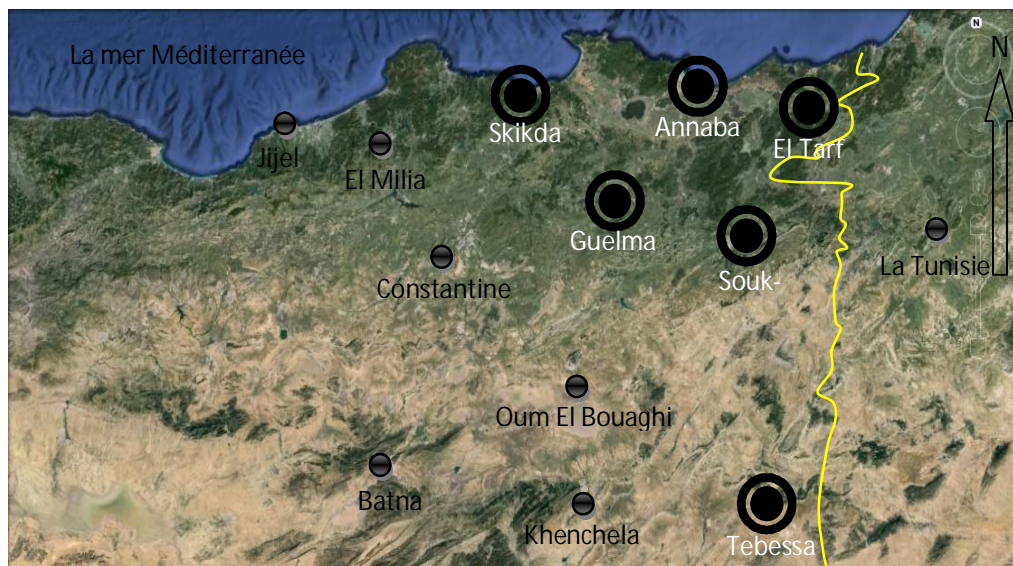
-CHAPITRE V : LE TOURISME A SKIKDA : UN ETAT DES LIEUX

Introduction.

L'objet de ce chapitre est la première phase du diagnostic : un état des lieux sur l'accessibilité touristique de la ville de Skikda suivant cinq dimensions, environnementale, socioculturelle, technologique, économique et politique.

-V.1- Le Pôle Touristique d'Excellence Nord-est.

Le pôle touristique d'excellence Nord-est (**Carte n° 02**) est constitué de six wilayas à savoir : Skikda, Guelma, Annaba, El Tarf, Souk Ahras et Tébessa. Il est limité : au Nord par la mer méditerranée, à l'Est par la Tunisie, à l'Ouest par les wilayas de Jijel, El Milia et Constantine et au Sud par les wilayas de Oum El Bouaghi, Khenchela et El Oued. Ce pôle constitue le point d'appui et la locomotive pour un développement touristique de niveau régional à dominance balnéaire et renfermant de fortes potentialités pour le développement du tourisme de montagne.



Carte n° 2 : Le pôle d'excellence touristique Nord-est. **Source** : Google Earth traitée par l'auteur

Le relief de la région est riche et varié, il se distingue par une façade maritime de 310 km (70 plages) et 10 massifs montagneux et forestiers couvrant une superficie de 874.000 ha, dont l'altitude varie entre 500m et 1700 m.

-V.1-2- Vocations du Pôle Touristique d'Excellence Nord-est.

Le pôle dispose d'un stock foncier de haute valeur touristique déclarée prioritaire pour l'accueil de villages touristiques confortés par une position géographique stratégique et un potentiel. Il est choisi en fonction de ses potentialités pour le tourisme balnéaire, principalement à destination des clientèles internationale et nationale.

Le pôle dispose aussi d'autres gisements pouvant lui assurer une production d'une offre variée répondant à une demande multiple. Il s'agit de tourisme urbain (fun shopping, loisirs périurbains), culturel et historique, thermal de soins et de santé, de découverte économique, scientifique, écologique, climatique, golfique, tourisme de niche, de pêche et chasse touristique.

-V.2- La wilaya de Skikda, une composante du pôle touristique d'excellence Nord-est.

La Wilaya de Skikda est située sur le littoral méditerranéen au Nord-est du pays (**Carte n° 03**). Sur une superficie de 4118 km², elle est limitée au nord : par la mer Méditerranée, au sud : les wilayas de Mila, Constantine et Guelma, à l'est par Annaba, à l'ouest par Jijel. Le Chef lieu de la wilaya est située à 510 km à l'Ouest de la capitale, Alger.



Carte n° 3 : Situation nationale de la wilaya de Skikda. **Source** : Google Earth traitée par l'auteur

La wilaya de Skikda est issue du découpage administratif de 1974. Elle comprend 13 daïras regroupant 38 communes. Outre le chef-lieu, les principaux centres urbains sont : Azzaba qui rayonne sur les communes Est de la wilaya ; El Harrouch au Sud; Tamalousà l'ouest du bas massif et Collo sur les communes ouest du haut massif.

Skikda s'articulé autour de trois baies (Skikda, Collo, Ben Azzouz), son territoire se caractérise d'abord par un relief de montagne relativement aéré par un dispositif de basses terres : couloirs fluviatiles, plaines côtières et bassins intérieurs où se concentre l'activité agricole.

Sur le littoral qui s'étend sur une longueur d'environ 180 Km.¹ (14 communes côtières), se trouve un premier alignement montagneux qui forme une barrière peu élevée discontinue par les plaines littorales : la vallée du Saf Saf, la plaine de Collo et la plaine de Sanhadja.

Le climat est méditerranéen, se caractérisant par deux saisons : un hiver doux et pluvieux et un été chaud et sec, le littoral de la wilaya est fortement arrosé, en particulier la région Ouest du massif de Collo. Skikda se trouve sur la côte à 250 km de Biskra au Sahara présentant une situation de contraste climatique rare au monde. La position de la wilaya sur la mer méditerranée et sa fonction portuaire triplement importante (pêche, tourisme et hydrocarbures), lui confèrent des relations privilégiées avec les wilayas de l'est algérien et l'étranger.

Elle présente un grand potentiel agricole. Skikda est aussi un grand pôle industriel d'importance nationale dominé par le complexe pétrochimique, abritant des unités industrielles comprenant : un terminal gazoduc et oléoduc, une centrale thermique, une raffinerie, des unités de liquéfaction de gaz, une unité chimique de polymères, en plus de cette zone pétrochimique, la wilaya dispose d'un tissu industriel varié qui concernent les activités suivantes: Industrie de transformation (bois, liège, plastique et autres) ; Industrie métallique ; Matériaux de construction; Mines et carrières ; Conserverie ; Industrie agro-alimentaire, Industrie textile (**Tableau n ° 03**).

Tableau n° 3 : Répartition de la population occupée par secteur d'activité

Secteur d'activités	Nombre d'emplois	Part %
Agriculture	91 471	42
BTPH	17423,12	8
Industrie	15680,808	7,2
Services	55100,617	25,3
Administration	32014,983	14,7
Artisanat	3484,624	1,6
Tourisme	2613,468	1,2
Total	217 789	100

Source : le SDAT de la wilaya de Skikda

Partant de la répartition de la population par secteur d'activité dans la wilaya de Skikda nous pouvons signaler une faiblesse remarquable du nombre d'emplois dans le secteur touristique malgré l'importance des potentialités touristiques que renferme la wilaya à travers son territoire.

¹ ENET, Schéma Directeur d'Aménagement Touristique Intégré, Ph1, p.9

-V.2.1-Skikda dans son contexte régional.

Skikda fut dans un passé récent une ville agricole et portuaire, et connaissait une activité intense et reliée directement à la métropole coloniale. Skikda assurait le rôle d'ouverture de l'axe Touggourt lieu de convergence du Sahara oriental et de Constantine, lieu de convergence de l'Est algérien vers la France, elle était le prolongement naturel d'un axe stratégique et constituait pour le Constantinois la grande porte vers la mer.

Un rôle qui plaçait la ville dans une position de force et qui lui permettait d'être la troisième ville de l'est à l'aube de l'indépendance. Un choix colonial stratégique et judicieux, si on savait qu'au départ, l'administration coloniale hésitait entre l'emplacement abandonné depuis des siècles de Philippeville et celui de Collo, existante si ce n'est la distance par rapport à la ville de Constantine et la richesse de l'arrière pays qui ont favorisé davantage le choix de l'antique Rusicade.

Des considérations logiques pour une administration dont le souci majeur est économique puisque, l'on a cherché au départ l'acheminement vers la France, le maximum des richesses de l'Algérie et avec des coûts minimes. Pour cela l'administration militaire puis civile de l'époque décida de la construction d'un nouveau port en 1870 outre l'ancien port de Stora avec des liaisons directes avec Constantine puis le premier chemin de fer d'Algérie en 1867, avec un prolongement jusqu'à Touggourt et la réhabilitation de la voie romaine reliant Cirta à Rusicade.

De la présence au départ aventureuse, risquée et incertaine, la France installa une administration civile et déclencha un processus d'occupation qui se traduisait par le renforcement de leur présence, en entamant la construction des grands projets tel que l'hôtel de ville, la gare routière, la piscine municipale, ou encore l'aéroport.

A l'indépendance, la relation de la ville devenue Skikda avec la métropole s'estompa puisque l'activité d'échange allait presque cesser au départ, pour ne reprendre une réelle dynamique qu'après l'avènement de la zone industrielle et l'afflux d'une population extra muros en quête d'un emploi, déclenchant par ailleurs une bidonvilisation poussée de la ville puisque l'on ne comptait pas moins de 4193 gourbis au 31/11/1998.

-V.2.2-Quelle accessibilité de la wilaya de Skikda.

Skikda peut jouer un rôle nouveau avec la politique de développement des autres villes, en l'occurrence Jijel et Bejaïa sur le littoral, Batna et Sétif à l'intérieur. C'est ainsi qu'au fil des années, avec la volonté de désenclavement de Jijel, Skikda se présente désormais comme un véritable carrefour au nord avec l'axe Annaba-Skikda-Jijel-Bejaïa.

Une relation horizontale s'érige pour renforcer l'axe vertical Skikda-Constantine –Sétif–Batna et sa continuation par l'axe énergétique Ouargla–Skikda. Elle constitue la porte ouverte sur le monde extérieur et revêt un intérêt particulier pour plusieurs wilayas de l'intérieur du pays.

La construction de la ligne de chemin de fer reliant Skikda à Jijel, et éventuellement sa bifurcation sur Collo, vient renforcer cette nouvelle option ainsi que le passage de l'autoroute est-ouest avec plus de 80 Kms traversant la wilaya, l'extension du port mixte, la construction d'une plate forme portuaire en mer pour les grands méthaniers, l'extension du port de pêche de Stora et de Collo et la projection d'un aéroport selon le SNAT pour le compte de la wilaya.

Tous ces projets visent à renforcer la position de Skikda dans l'armature urbaine de l'Est algérien. Surtout avec l'ouverture économique du pays, ces projets peuvent être avantageux pour Skikda qui semble avoir les meilleurs atouts pour attirer les investisseurs nationaux et internationaux pour une relance dans tous les secteurs notamment touristique.

-V.2.2-1- desserte de la wilaya de Skikda par le réseau routier.

Le réseau routier (**Annexe n ° 03**) est composé de trois types de routes :

- Routes Nationales
- Chemins de Wilaya
- Chemins Communaux

-V.2.2-2- desserte de la wilaya de Skikda par le réseau portuaire.

Façade maritime longue de 180 km

Les infrastructures portuaires comprenant cinq ports:

- 1 port mixte hydrocarbures/marchandises ;
- 1 port de pêche à Stora ;
- 1 port de pêche à la Marsa (port de plaisance) ;
- 1 Port de pêche à Collo (en cours d'extension) ;
- 1 Gare maritime d'une capacité de 12.000 voyageurs.

-V.2.3-3- desserte de la wilaya de Skikda par le réseau aéroportuaire.

-L'aéroport international d'Annaba distant de 110 km du chef-lieu de wilaya.

-L'aéroport international de Constantine distant de 80 km du chef-lieu de wilaya.

-V.2.2-4- desserte de la wilaya de Skikda par le réseau ferroviaire.

Le réseau ferroviaire est long de 180 kms dont 140 kms en voie unique.

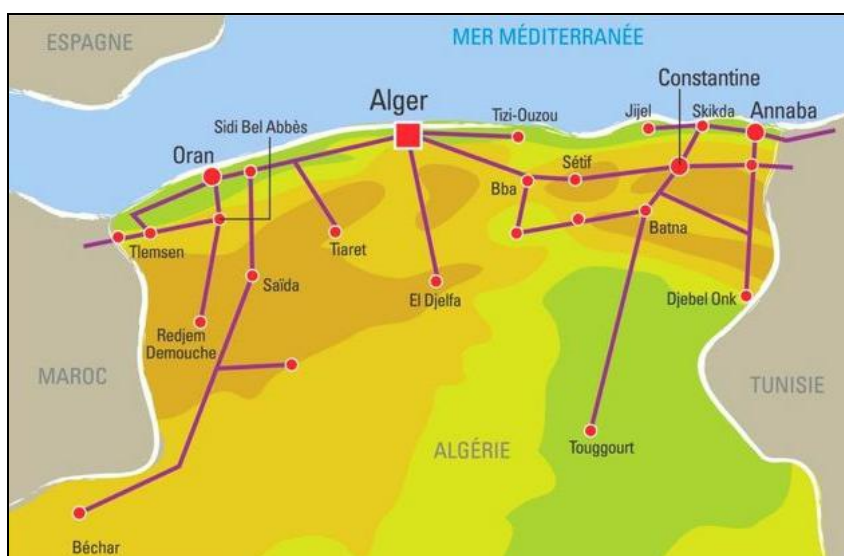
La wilaya dispose de treize (13) gares, deux (02) stations et cinq (05) haltes.

La wilaya de Skikda est reliée par le réseau ferroviaire aux wilayas d'Annaba (côté Est), Jijel (côté Ouest) et Constantine (côté Sud). Ces trois lignes de chemin de fer (Annaba - Ramdane Djamel, Jijel - Ramdane Djamel et Constantine - Ramdane Djamel) s'arrêtent à la gare de Ramdane Djamel, de cette dernière, une voie ferrée normale (à un seul sens) aboutit à la gare de Skikda (**Voir la carte n° 04**).

Skikda est aussi reliée par voie ferrée à la ligne Annaba-Oran avec le centre de triage de Ramdane Djamel.

➤ Projets inscrits :

- Le dédoublement des voies ferrées entre Ramdane Djamel – Wilaya de Annaba (en cours avec un taux d'avancement de 43%) et Ramdane Djamel – Skikda ;
- Réalisation de nouvelles lignes Skikda- Tamalous- Collo d'une longueur de 60 Km ;
- Le renforcement des bases supports de l'activité de transport entre Skikda et la périphérie par la mise en place d'une boucle ferroviaire consistante de près de 24 kms.



Carte n°4 : La desserte de la wilaya de Skikda par le réseau ferroviaire. **Source :** la direction des transports

-V.2.2-5- desserte de la wilaya de Skikda par le réseau autoroutier.

Les voies de communication forment l'ossature nécessaire au parfait fonctionnement d'un Etat, de tous les points de vue politique, administratif, économique et social. La nécessité de structurer, de désenclaver l'espace foncier du pays ainsi que le développement considérable de la circulation automobile et des transports de marchandises par route sensibilise le public sur les problèmes d'infrastructure routière. Raison pour laquelle le secteur des travaux publics algérien engage de grands travaux pour consolider le socle national nécessaire au développement de l'investissement dans le pays et à la création de pôles économiques.

De même, l'insuffisance de débit du réseau existant, tout au moins sur certaines grandes liaisons, l'inadaptation de ses caractéristiques géométriques aux vitesses plus élevées de véhicules de plus en plus nombreux, la dégradation des conditions de sécurité offertes aux usagers de la route ont été les principaux facteurs qui rendaient nécessaires et indispensables la modernisation d'une partie de ce réseau et la création de voies autoroutières.

Présentation du projet de l'autoroute Est-Ouest.

IL s'agit d'un grand projet d'infrastructure économique et sociale de dimension régionale et continentale constituant le maillon central de l'autoroute transmaghrébine qui relie Nouakchott à Tripoli sur un itinéraire de près de 7000 Km.

Longue de 1216 km, l'autoroute Est/Ouest doit relier la ville de Maghnia (frontière marocaine) à El Tarf (frontière tunisienne), elle traversera, une vingtaine de wilayas du Nord et des Hauts Plateaux et en desservira une trentaine du Nord et des Hauts Plateaux indirectement.

V.2.2-6 Enjeux du projet de l'autoroute Est-Ouest.

- Valorise les richesses locales.
- Elle contribue à un aménagement équilibré du territoire.
- Elle crée un nouvel espace socio-économique rentable et attractif pour l'investissement.
- En reliant les 20 plus importantes villes d'Algérie, elle Réduit de mobilité le temps de circulation.
- Elle assure Le désengorgement du Nord surpeuplé et le développement des villes de l'intérieur.

Par rapport à notre cas d'étude, nous signalons le passage de l'autoroute est-ouest avec plus de 80 Kms traversant la wilaya de Skikda. La wilaya sera reliée à l'autoroute est-ouest par Azzaba et El Harrouch et la bretelle autoroutière en cours de construction y permettra l'accès à partir du chef lieu de wilaya en 30 minutes.

De nouveaux projets autoroutiers reliant l'autoroute Est-Ouest aux ports de l'est.

«Huit nouveaux projets autoroutiers reliant l'autoroute Est-Ouest aux principaux ports seront mis en chantier en 2013, afin d'accompagner le développement des activités économiques et dynamiser les échanges commerciaux», a annoncé le secrétaire général au ministère des Travaux publics, Hocine Necib.

M. Necib a indiqué qu'il s'agit de lancer la réalisation de travaux pour relier, dans l'Est du pays, les ports de Skikda, de Djendjen à Jijel et ceux de Béjaïa à l'autoroute Est-Ouest.

Ces futurs axes routiers sont «conçus dans la perspective du renforcement du maillage du réseau structurant, tout en permettant la desserte des différents pôles (chef-lieu de wilaya, ports...». Inscrits au titre du programme sectoriel du ministère des Travaux publics pour la période 2010-2014, ces projets routiers ont été conçus dans le but de dynamiser les échanges économiques dans les régions desservies une fois opérationnels.

M. Necib a aussi signalé que les 23 liaisons autoroutières ports et autoroute Est-Ouest «auront un rôle éminemment commercial». Il précise que de tels projets interviennent pour faciliter l'accessibilité aux ports et permettront, à long terme, de favoriser les moyens de transport intermodal.

-V.2-3-la wilaya de Skikda : le potentiel touristique.

Le littoral de la Wilaya de Skikda s'étend sur 14 communes côtières : El Marsa, Ben Azzouz, Djendel Saâdi Mohamed, Filfila, Skikda, Aïn Zouit, Tamalous, Kerkeria, Collo, Cheraïa, Kanoua, Ouled Attia, Kheng Mayoun, Oued Zhou) dont 38 km sont urbanisés et 142 km sont à l'état naturel avec des plages rares et des paysages appréciables.

COLLO : Situé dans la partie ouest de la Wilaya de Skikda à 71 km du chef lieu de Wilaya est aujourd'hui un important port de pêche ; c'est une région hautement touristique avec ses plages de sable fin, ses sites panoramiques avec des vues imprenables sur la mer. Ses plages de sable fin comme Tamanart, Baie des jeunes filles, Teleza, Benzouit, offrent aux estivants un cadre splendide pour la détente et l'évasion. La baie de Collo est considérée comme l'une des plus belles d'Algérie. La région renferme également un imposant massif forestier où peut se développer le tourisme de montagne, sportif, de randonnée, de découverte, de chasse...etc.

LA MARSA : Station Balnéaire située à 65 km à l'est de la Wilaya , avec ses plages d'une rare beauté, dispose d'un port de pêche et de plaisance et d'une diversité de faune et de flore proliférant à la faveur d'une vaste zone humide composée de rivières et de lacs favorables au développement du tourisme scientifique, de pêche, de chasse, sportif...etc.

La présence de nombreuses îles, dans ce qui suit nous allons les citer d'Est en Ouest : Ile Takouche, île Saint-Piastre, île Tekedid, îlots de Skikda, île des singes, île di lion, île Srigina, les deux frères, les sept îles, île de Collo, la Pointe noire.

La Wilaya de Skikda compte parmi elle deux villes très anciennes il s'agit de Skikda (Rusicade) et Collo (Chullu). Elles sont connues et réputées depuis les époques phénicienne et Romaine. Elles étaient le théâtre de plusieurs civilisations : phénicienne, romaine, musulmane puis la colonisation française et l'indépendance.

Des vues panoramiques et des curiosités exceptionnelles, sources thermales et minérales, des matériaux rocheux précieux comme le marbre qui peuvent donner naissance à des activités artisanales très diversifiées.

La présence de forêts à l'état naturel : quelques exemples :

- Forêt de Ras Bou Fès : située au Nord Est de Tamalous, à l'Ouest de l'oued Oudina.
- Forêt Bougaroni : localisée à l'Est de la forêt de Ouled Hamideche, à l'Ouest de l'oued Tamanart, limité au nord par le littoral et au sud par djebel Rorbah et le village de Ouled Attia.
- Forêt d'Ouled Nouar : située au nord d'Aïn Zouit, elle longe le littoral entre l'oued Oudina, à l'Ouest et la forêt de Stora à l'Est.
- Forêt de Stora : localisé à l'Est de Ain Zouit, à l'Ouest de Stora et elle s'étend jusqu'au littoral.
- Forêt d'Arb Filfila : située le long de la côte, au nord de la forêt de l'oued Soudar.

La présence de zones humides comme le complexe de zones humides Sanhadja Guerbez classé site d'intérêt international au second rang après la zone humide d'El Kala. Avec une superficie de 42100 ha la zone humide est située à cheval sur les wilayas de Skikda et Annaba, et dont la grande partie se trouve dans la Wilaya de Skikda.

Dans la région d'Azzaba, il existe deux sources thermales à vertu thérapeutique confirmée :

La source de Hammam Essalhine et celle de Hammam El-Hamma

-V.2-4- la wilaya de Skikda : Les Flux touristiques.

Skikda peut compter sur de nombreux atouts pour son tourisme, sa situation en bordure de la mer méditerranée et son territoire caractérisé par un relief de montagnes aéré par un dispositif de basses terres faisant une destination privilégiée pour le tourisme balnéaire ainsi que pour le développement du tourisme montagnard et d'affaires (urbain).

La wilaya de Skikda compte parmi elle deux villes très anciennes, il s'agit de Skikda (Rusicade) et Collo (Chullu) bénéficiant par son ancienneté d'un riche patrimoine historique et culturel.

Des événements touristiques ont lieu chaque année à Skikda dont la fête des fraises (en Mai), la fête des sardines (en Juillet) et Les nuits d'été de Rusicade notamment.

Les touristes sont présents à Skikda que dans l'été du fait de la présence de la mer. En absence de données détaillées sur le profil de l'ensemble des touristes (**Tableau n° 05**), environ 30.000 touristes sont accueillis à Skikda chaque année, en majorité des villes de l'intérieur (Constantine, Guelma, Sétif, Batna, Souk Ahras, Bordj Boariridj, Oum el Bouaghi, Biskra, Annaba...) principalement de Constantine.

Les touristes étrangers principalement des Algériens résidents à l'étranger (09% des touristes, environ 3000 touristes).

Tableau n° 04: Evolution des flux touristiques dans la Wilaya de Skikda dans les cinq dernières années

ANNEE	ALGERIENS			ETRANGERS			TOTAL		
	Arrivées	Nuitées	Nuitées/Arrivées	Arrivées	Nuitées	Nuitées/Arrivées	Arrivées	Nuitées	Nuitées/Arrivées
2010	29554	57664	1,95	4216	13529	3,21	33770	71193	2,11
2011	26791	50630	1,89	1756	7817	4,45	28547	58447	2,05
2012	33773	58753	1,74	1437	6863	4,78	35210	65616	1,86
2013	22585	40953	1,81	1740	11935	6,86	24325	52888	2,17
2014	26570	48811	1,84	2634	11753	4,46	29204	60564	2,07
TOTAL	139273	256811	1,84	11783	51897	4,40	151056	308708	2,04

Source : la direction du tourisme de la wilaya de Skikda

La délimitation de l'aire d'étude est la première phase de notre travail. Elle revêt une importance capitale et nous permet de poser un diagnostic juste et précis.

-V.3-Délimitation de l'aire d'étude.

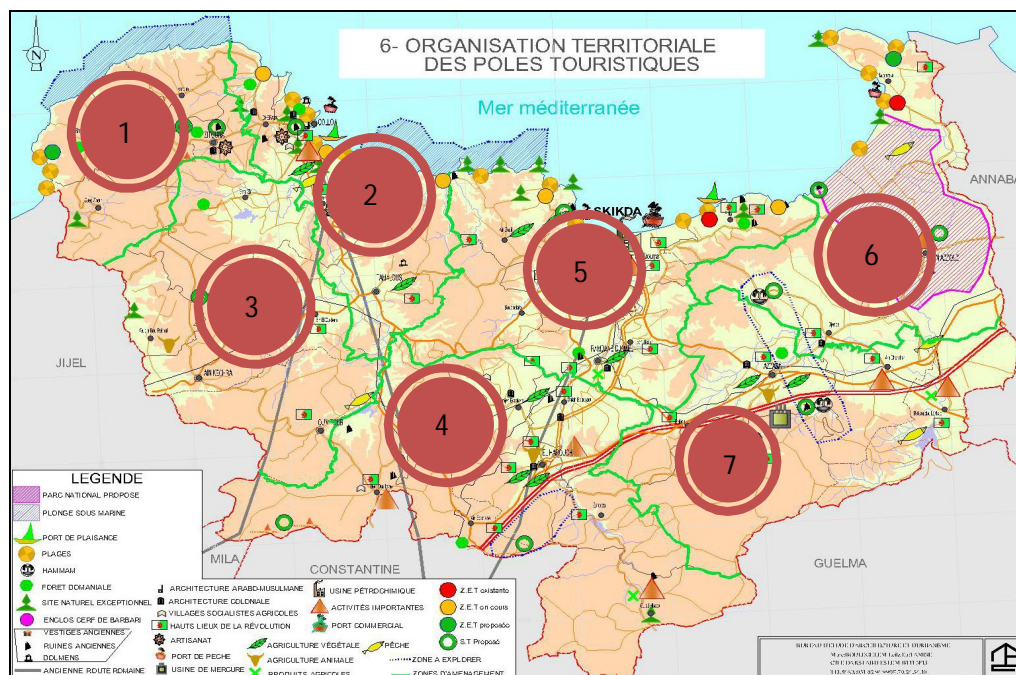
Aux fins de la planification du développement, la wilaya de Skikda est découpée par le S.D.A.T.W en sept zones géographiques (zones d'aménagement touristique), délimitées selon la personnalité touristique propre à chacune (**Tableau n ° 05 et Carte n ° 05**).

Tableau n°05 : les sept zones d'aménagement touristique

Zone d'aménagement touristique N°	Daira(s) et communes	Caractéristiques
1	Oued Zhour (c), Khenak Mayoune (c), Ouled Attia (d), Kanoua (c), Zitouna(d).	Ces trois pôles se situent à l'Ouest du territoire de la wilaya de Skikda, et se caractérisent principalement par un relief de montagnes et un grand nombre de forêts.
2	Tamalous, Kerkeria (c), Cheraia (c), Collo (d).	
3	Beni Zid (c), Ouled Boul Bellout (c), Bin El Ouidène (c),	

	Aïn Kechra (d), Oum Toub (d).	Les zones centrales, avec la ville de Skikda se distingue notamment par son statut de porte d'entrée de toute la wilaya, par une forte proportion de terres agricoles et par la présence d'une activité industrielle et portuaire importante.
4	Béni Oualbane (c), Sidi Mezghiche (d), Aïn Bouziane (c), El Harrouch (d), Zerdeza (c), Ouled Habeba (c), Salah Bouchaour (c), Emjez Edchiche (c).	
5	Aïn Zouit (c), Skikda, Filfila (c), Bouchetata (c), El Hadaïek (d), Hamadi Krouma (c), Béni Béchir (c), Ramdane Djamel (d).	
6	La Marsa (c), Ben Azzouz (d), Djendel (c).	Ce sont les deux zones ouest qui sont reconnus par la présence des sources thermales.
7	Essebt (c), Azzaba (d), El-ghdir (c), Bekkouche Lakhdar (c), Aïn Charchar (c).	

Source : l'auteur, 2014



Carte n°5 : Organisation territoriale des sept zones (pôles) d'aménagement touristique. **Source :** la direction du tourisme de la wilaya de Skikda

Le périmètre de la ville de Skikda avec une bande littorale qui commence de la Grande Plage (ZET de la grande plage) côté Ouest jusqu'à les plages Larbi Ben M'hidi (ZET Larbi Ben M'hidi) côté Est nous semble le plus pertinent car offrant le plus d'éléments à diagnostiquer par rapport au sujet de l'accessibilité touristique, une grande quantité et diversité d'attraits touristiques et un statut administratif reconnu.

-V.4-Evaluation de l'accessibilité touristique de la ville de Skikda.

-V.4-1- la Structure Urbaine la ville de Skikda.

La ville de Skikda occupe une position centrale sur le territoire de la wilaya. Elle s'étend sur une surface de 2424 ha et a un contact direct avec la mer à travers son port.

Elle est limitée au nord : par la mer Méditerranée, au sud : par les vergers de Zramna et Safsaf, à l'est : par la zone industrielle pétrochimique, à l'ouest : par les montagnes, prolongement de la chaîne numidique constantinoise aux altitudes variant entre 200 et 300 m.

Le tissu urbain de la ville de Skikda est formé (**Carte n° 06**) principalement du centre ville représenté par le tissu colonial au tracé régulier et hiérarchisé, de l'extension au sud de la ville représentée par les grands ensembles des Allées du 20- Août 1955, de l'extension est et ouest de la ville sur des terrains difficilement constructibles occupés en majorité par l'habitat individuel.



Carte n° 06 : Structure urbain de la ville de Skikda. Source : Google Earth traitée par l'auteur

Extension Sud

Extension Est

Zone Industrielle

Tissu colonial

Extension Ouest

-V.4-2-Skikda : port de Constantine :

Durant le 16ème siècle, quand l'Algérie fut une régence Turque, Skikda faisait partie du beylik de Constantine et était comme dans l'antiquité le débouché vers la mer de l'arrière pays.¹

A l'époque française, de grands travaux de génie, vont s'imposer pour relier Skikda à Constantine et le tout à la métropole. C'est ainsi que le port de la nouvelle cité a été construit

¹ http://skikda.boussaboua.free.fr/skikda_histoire_01_toponymie.htm

entre 1845 et 1895 pour se substituer au petit port de Stora, la construction du premier chemin de fer d'Algérie entre Skikda et Constantine entamée en 1859, en plus de la voie reliant les deux villes entamée au début de l'occupation inaugurée en 1870 avec la mise en service de la voie ferrée.

Après l'indépendance Avec l'avènement de la politique d'industrialisation du pays, on implanta le 2^{ème} pôle industriel après celui d'Arzew, spécialisé dans la transformation des hydrocarbures, dans le cadre de l'équilibre régional et le développement de l'axe Est/Ouest. Skikda est devenue une zone industrielle importante de l'Algérie formant le triangle industriel de l'Est avec Constantine et Annaba.

Après l'indépendance : -Après 1982 : la ville de la crise

À partir des années quatre vingt et la chute du prix du pétrole, la politique d'industrialisation et d'investissement surtout étatique a freiné, le développement de la ville connaîtra une véritable accalmie, à toutes les échelles. La ville arrivait à peine à décoller et n'atteint que 152.335 habitants lors du recensement de 1998 alors qu'elle comptait onze ans auparavant 142.583 habitants. Tous les programmes d'activités, d'équipements et de logements fonctionnaient au ralenti ou étaient carrément stoppés, la ville n'enregistrait aucune extension palpable à l'exception de certains programmes de logements qui peinaient à se concrétiser, et ce à l'intérieur même des poches pour réduire les coûts de réalisation

Après l'indépendance : -Après 2000 : la ville et la relance

Durant cette période de grands travaux vont être réalisés à savoir l'extension du port de pêche de Stora, la réalisation d'une plate forme en haute mer, l'extension du port commercial en hinterland. Des projets qui vont renforcer davantage le rôle portuaire de la ville sur l'échelle nationale d'une part et internationale de l'autre part.

Cette période se caractérise par la volonté de tout faire et en un temps record, aussi l'on évoque le projet de tramway, celui du téléphérique, de l'échangeur qui peine à être parachevé, ou encore celui de l'autoroute est- ouest qui traverse la wilaya et qui tend à renforcer le rôle de la ville dans l'armature urbaine nationale comme un carrefour du littoral, en plus de son rôle de relais de la ville de Constantine.

Enfin en 2005, la population urbaine a atteint 170.000 habitants, pratiquement sur la même surface urbaine que celle recensée pour une moindre population en 1998, c'est-à-dire qu'on assiste depuis lors plus à une densification voire à une sur utilisation de l'espace qu'à une extension. Une sur utilisation entraînant une saturation des équipements, des réseaux, des infrastructures routières, et ce devant l'impossibilité de concrétiser des choix urbains, qui se heurtent à des indisponibilités foncières, posant des problèmes d'ordre juridique et opérationnels.

-V.4.3-La dimension environnementale.

-V.4.3-1-Le climat de Skikda.

Si l'on estime que la baignade devient possible à partir d'une température de 20°C à l'ombre, la saison balnéaire s'étale de Mai à octobre. En journée, presque toute l'année, l'humidité est supportable et ne constitue pas un désagrément pour le tourisme et les loisirs.

-V.4.3-2-La baie de Skikda : Caractéristiques géomorphologiques de la baie.

Le littoral Est comprend les plages sous forme d'une bande étroite. Il s'étend du nouveau port jusqu'à l'embouchure de Oued Righa du côté Est au pied de la commune de Filfila, alors que du côté Ouest, sa longueur est de 20 Km entre le port mixte et la ZET de la grande plage en passant par le port de Stora et dont la largeur se situe entre 20 et 50 mètres, alors qu'elle est de 1 Km entre les deux ports où se trouve l'embouchure de oued Saf Saf.

Donc le long du littoral on retrouve :

- La ville de Skikda.
- 02 agglomérations secondaires (Ben M'hidi et Stora).
- 03 ports (port des hydrocarbures, port mixte et port de pêche).
- 01 zone industrielle et pétrochimique.
- 02 Z.E.T (ZET Ben M'hidi et la ZET de la grande plage).
- 03 plateaux (Oued Righa).
- 07 embouchures d'oued.
- Et surtout un littoral de 31 Km avec une profondeur variable, limité par les flancs des montagnes, plus large à l'est et très étroits à l'ouest avec une ville au milieu.

Description générale des éléments constituant le littoral de Skikda d'EST en OUEST.

- La Z.E.T Ben M'hidi: Située entre la zone militaire et la cité Ben M'Hidi du côté ouest et la localité des Platanes à l'est, la Z.E.T s'étale sur deux communes celle de Skikda et de Fil Fla. Sa surface totale est de 206 hectares dont 57,019 ha sont aptes à être aménagés, avec une capacité estimée à plus de 30.000 touristes. Toutefois, la protection de ces surfaces n'est pas règle générale, puisque des lotissements individuels ont émergé dans le deuxième plateau dit « lotissement Chaabani », et un autre au niveau du 3^{ème} plateau. Deux lotissements sont réalisés en dehors d'un plan général de la zone, qui connaît également la création d'une forêt non aménagée et quelques constructions individuelles anarchiques¹.

¹ Cadastre littoral wilaya de Skikda

- L'agglomération secondaire Larbi Ben M'hidi: Située à 17 Km de l'est du centre ville de Skikda, entre les deux communes de Skikda et Filfila, à 94 km de l'aéroport de Constantine et à 110 Km de l'aéroport d'Annaba, elle est limitée :

Au Nord par le CW 21

Au Sud par des terres agricoles

À l'Est par des terrains militaires

À l'Ouest par la zone industrielle

Ben M'hidi s'étend sur 3120 m de côte et une surface de 212 ha, avec une population d'habitants et un parc de 1860 logements dont plus de 95% sont individuels.

Séparée de la ville par la zone industrielle, l'agglomération ne comptait que des villas en face de la mer, et une grande piscine. Sous l'effet de l'industrialisation qu'a connue Skikda à partir de 1968, une grande partie d'une population extra wilaya et étrangère se trouvèrent dans cette petite localité, les bases de vie sous forme de camps, avec des constructions au départ provisoires construites sous forme de chalets en bois dans leur majorité.

Reliée à Skikda par le chemin wilaya 21 qui se contourne pour longer le pôle pétrochimique, après que la route qui reliait Skikda à Jeanne d'arc eut été coupée à la circulation avec la mise en fonction du port pétrolier dès les années 1980. Ben M'hidi est relié également à la localité Les Platanes se trouvant à l'est par le chemin de wilaya n° 18 sur une distance de 12 km.

Ben M'hidi a fait l'objet d'une étude de P.O.S dont l'objectif est de fixer les droits à construire, après la cession des biens de l'Etat aux fonctionnaires de la Sonatrach en majorité. Avec la cession des biens de l'état, le provisoire allait laisser place au définitif. Les propriétaires des chalets disposés d'une manière parfois homogène, ont acquis par le biais du POS le droit de construire en dur. Le P.O.S fut confronté aux problèmes d'accès, puisque les chalets ne disposaient pas d'accès individuels, le premier objectif étant d'assurer à chaque lot un droit de passage. Le résultat était édifiant de l'avis des spécialistes et des citoyens : des accès étroits, des impasses, des lots aux formes irrégulières, etc.

Mais le plus important, ce sont les constructions anarchiques qui émergent à côté des chalets en bois en dehors de tout cadre juridique, exception faite pour certaines constructions, ou encore les clôtures en dur, une manière comme une autre pour protéger les lots acquis contre les empiétements des voisins et pour imposer un fait accompli lors de l'étude de la faisabilité des passages et accès. Les conséquences sont des voies changeant de dimensions le long d'un même tracé, des clôtures non généralement alignées, absence de trottoirs.

« Ben M'Hidi n'est aujourd'hui qu'un grand douar au bord de la mer, un prestige posthume, ou se dispute cette cité et ses plages à chaque été et on la largue ensuite aux

oubliettes » Ouahab.K, Reportage cité balnéaire Ben M'hidi : La ghettoïsation installe l'insécurité, El Watan du 26 avril 2005.

- Une deuxième atteinte au paysage de la localité est la réalisation d'un grand réservoir d'une capacité de plus de 5000 m³ pour l'eau dessalée, construite au bord de la voie menant vers la mer.

- Un autre point négatif, c'est la pollution que connaissent les plages de Ben M'Hidi ou les rejets des eaux usées se font directement dans la mer sans aucun traitement.

Le tout est complété par l'absence d'une véritable structure d'accueil donnant naissance, le temps d'un été à l'émergence de partout et de nulle part d'une dizaine de baraques de « *gargotiers* » avec la bénédiction des autorités locales pour encourager à leurs sens l'activité touristique de Ben M'Hidi.

Alors qu'elle était prédestinée à un avenir des plus radieux, ce joyau balnéaire est transformé en moins de dix ans en une cité maudite, léguée au « *Misérabilisme* », et à l'anarchie.

• La zone industrielle:

On notera la présence d'une grande zone industrielle sur le littoral d'importance nationale, dominé par le complexe pétrochimique avec des infrastructures diverses et des complexes spécialisés dans le traitement du gaz naturel et du pétrole. Il occupe une surface importante d'environ 1195 ha. Elle est située à l'est de Skikda à 4 km environ. Elle a été créée par le décret 84/35 du 3 mars 1984 relatif à l'administration des zones industrielles.

• La Commune de Skikda :

La commune de Skikda occupe une position centrale sur le territoire de la wilaya. Elle s'étend sur une surface de 2424 ha et a un contact direct avec la mer à travers son port.

Elle est limitée :

-Au nord : par la mer Méditerranée

-Au sud : par les vergers de Zramna et Safsaf

-A l'est : par la zone industrielle pétrochimique

-A l'ouest : par les montagnes, prolongement de la chaîne numidique constantinoise aux altitudes variant entre 200 et 300 m.

Le tissu urbain de la ville de Skikda est formé :

Du centre ville représenté par le tissu colonial au tracé régulier et hiérarchisé. Cette partie de la ville s'inscrit dans la période 1930-1962.

De l'extension au sud de la ville représentée par les grands ensembles des Allées du 20- Août 1955. Ces espaces ont fait l'objet de grands travaux de restructuration et d'aménagement. Ce

tissu s'inscrit dans la période 1962-1980 où la demande en logements s'est intensifiée avec la mise en fonctionnement de la zone industrielle.

De l'extension est et ouest de la ville sur des terrains difficilement constructibles et où on trouve en majorité de l'habitat individuel. Ce tissu appartient à la période 1980-1992, une période où régnait la politique du lotissement qui voulait encourager tous les Algériens à participer à l'effort national pour le logement.

-L'habitat collectif occupe une surface de 232,50 ha ce qui représente 18,91 % de la surface de l'agglomération.

-L'habitat individuel occupe 305,60 ha qui représentent 24,86 % de la surface de l'agglomération.

-L'habitat précaire quant à lui occupe une surface importante de 109 ha. Cela représente 8,86 %.

• Le village et le port de Stora :

La route qui relie Stora à Skikda reste une attraction pour tous les promeneurs et les estivants: une corniche de 3 Km bordée côté montagne par de petits hôtels aux noms évocateurs : "Le Miramar", "le Château vert", et de restaurants qui affichent depuis toujours leurs spécialités "poissons" comme "La voûte romaine", "Le Dauphin"... et du côté mer par des mini plages très appréciées en été. Quant au port de pêche (**Photo n°05**), il a fait l'objet de réaménagements pour son extension, afin d'accueillir une centaine d'embarcations de plaisance dans sa marina ; tend aujourd'hui à se transformer en une entité à part, d'après les habitants de Stora et les simples visiteurs venus de Skikda qui ont exprimé leur désenchantement. Les transformations apportées au port avaient, dans un premier temps été très bien accueillies par les citoyens avant que l'enceinte ne soit clôturée et qu'une immense porte métallique soit installée. Les maisons accrochées aux pentes qui dominent le port ajoutent au pittoresque des lieux. De Stora enfin, les baigneurs ont le choix entre une corniche piétonne (derrière le phare) vers des criques isolées de la carrière, ou la route qui serpente la montagne pour dévaler vers la grande plage de sable fin. Et enfin la Z.E.T de la grande plage avec 140 hectares d'une capacité de 1260 lits (**Photos n°1 et 02**).



Photo n°1 : La Grande Plage, l'Auteur



Photo n°2 : Le mausolée de bouliayman (la grande plage), Auteur.



Photo n°05 : Le port de pêche (Stora), l'Auteur

-V.4.3-3- Les Plages et la mer.

La ville de Skikda est connue par une longue tradition balnéaire, elle est appelée aussi la perle de la méditerranée (la direction du tourisme de la wilaya de Skikda), avec une façade maritime de 30 Km où défilent des plages de caractère et de charme qui comptent parmi les plus belles d'Algérie. Bordées de sublimes écrans, elles offrent toutes des perspectives en symbiose avec un environnement naturel de choix.

Les Plages de la ville de Skikda d'Ouest en Est :

la grande plage (Photos n°1 et 02) comprise dans la Z.E.T portant le même nom (la ZET de la grande plage), située à 17 km de la ville de Skikda, au fond d'une baie ravissante et une vue splendide sur la ville et sa rade, aux criques de la Carrière (Photos n°3 et 04)(ravin des lions en face de la célèbre île de Srigina), où débute un sentier côtier de forme sinueuse suivant les rochers, aménagé avec de belles structures en pierres maçonnées menant au port de Stora (Photo n°05) qui s'est doté d'une magnifique marina, en passant par la plage Miramar (Photo n°06) et la plage Mollo (Photo n°07) que nous pouvons considérer comme une jetée, puisqu'elle est située à coté de la fortification rempart en gros blocs qui délimite et protège le port des vagues.

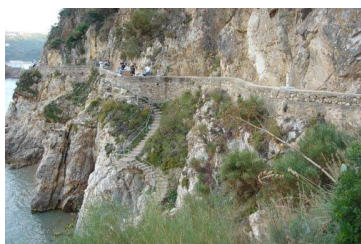


Photo n°3 : Le chemin sinueux de la carrière



Photo n°4 : Paysage de La Carrière



Photo n°6 : La Plage Miramare



Photo n°7 : La Plage Mollo

Très rocheuse en allant vers le phare et ses arcades sur l'île de Sridgina (Photo n°08), elle est le point de départ des surfeurs de la planche à voile, des plongeurs en formation et des écoles de natation. Donc, ce chemin côtier nous permet de parcourir 1700 m de littoral en toute sécurité où on peut circuler de plage en plage tout en profitant de la beauté des paysages jusqu'à la plage de Stora (**Photo n°09**). Plus à l'est, vers Skikda, Paradis Plage, Marqué, le Lido et Château Vert (Plage et hôtel remarquable) accueillent de nombreux baigneurs et une foule de promeneurs ravis de prendre l'air chaque soir (**Photo n°10**).



Photo n°08 : L'île de Srigina



Photo n°09 : La Plage Stora



Photo n°10: La corniche de Skikda

A l'est du promontoire de Skikda, la promenade de Lilou (**Photo n° 11**) attire chaque après midi de nombreux estivants. Plus à l'est, on assiste à un véritable changement de décor; une longue bande de sable d'or s'étire sur une dizaine de kilomètres: c'est la fameuse plage de Larbi Ben Mhidi (**Photos n°12 et 13**) (ex-Jeanne d'Arc) qui traverse Oued Gsab (Oued Ksob) pour aboutir à Aîn Righa (Les Platanes), au pied de Filfila

Les plages et la mer permettent la pratique de plusieurs activités, nous citons à titre d'exemple: la baignade, les activités de plaisance, le sport, la natation, les soins, le ski nautique, la voile, l'aviron, le Beach soccer (football brésilien), le cerf volant, la planche à voile, la plongée, la pêche...etc. mais par rapport à notre cas, sont pratiquées que quelques une de ces activités à cause de l'absence des aménagements adéquats.



Photo n°11 : La Plage de Lilou avec l'hôtel sur le rocher, l'auteur



Photo n°12 : Plage Larbi Ben M'hidi, l'auteur

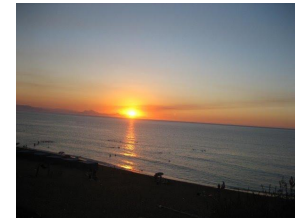


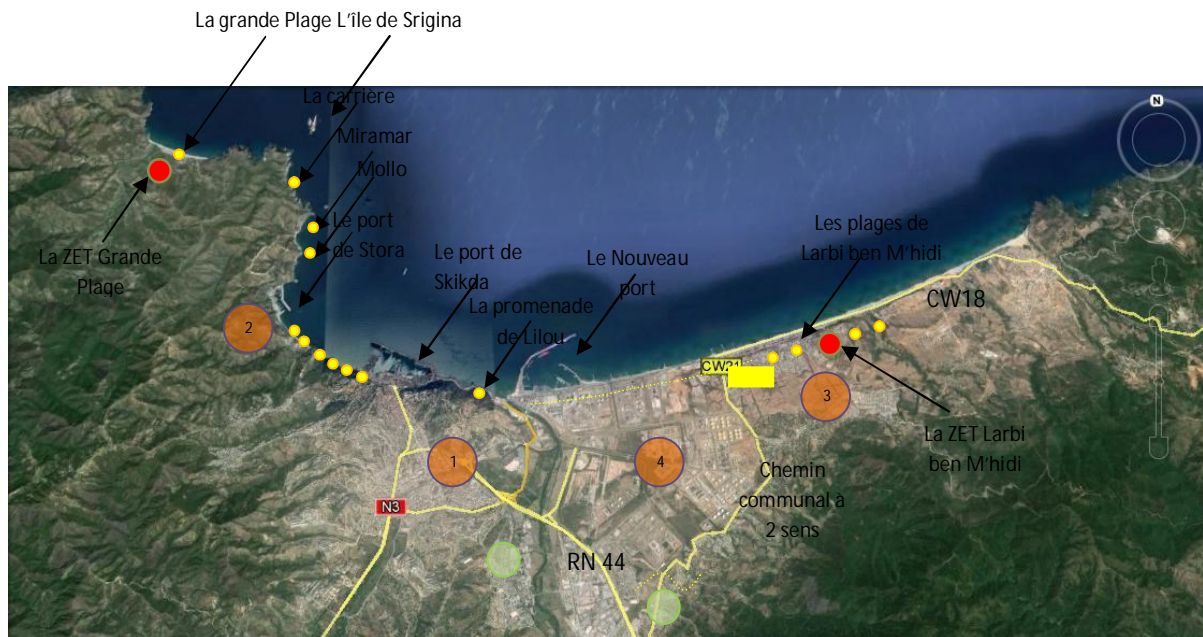
Photo n°13 : Coucher de soleil (Plage Larbi Ben M'hidi), l'auteur

Tableau n°06 : nomination et localisation des plages du périmètre d'étude d'Ouest en Est.

N°	Nom	Localisation
1	La grande Plage	à 1km de l'Ouest de Stora entre les Méridiens Lambert 869,2- 870,8
2	La Carrière	
3 (*)	Miramar	
4	Mollo	
5	Stora	
6	Paradis Plage	
7(*)	Marqué	
8(*)	Le Lido	
9	Château vert	
10	Pékiné	

11	Lilou	
12(*)	Sirane n° 01	
13(*)	Ben M'hidi	
14(*)	Plage militaire	
15(*)	Kik	
16(*)	Oued El-Ksab	
17(*)	Oued El-Gat	
18(*)	Oued Righa	

(*) Les plages gardées et autorisées. **Source:** l'auteur, 2014



- | | | | | | |
|---|---------------------|---|-----------------------|---|------------|
| 1 | La ville de Skikda | 3 | L'agglomération Larbi | ● | Les plages |
| 2 | Le Village de Stora | 4 | La zone industrielle | ● | Z.E.T |

Carte n°07 : les composantes du littoral du périmètre d'étude. **Source** : image Google Earth traitée par l'auteur

-V.4.3.4-Les îles et îlots du littoral de la ville de Skikda.

Ici, nous allons énumérer les îles en parcourant le littoral d'est en ouest

- **Ilots de Skikda (Skikda)** : plusieurs gros rochers, méritant à peine le nom d'îlots, bordent le rivage au lieu dit Pont-Romain, entre Skikda et Stora.
- **Ile des singes (Stora / Skikda)**: le phare de Stora est construit sur une petite île rocheuse, au nord de la ville, au pied de la redoute des singes dont elle a pris le nom.
- **Ile du lion (Stora / Skikda)** : situé à 2 km au nord de Stora et à 200m du rivage, cette île est un rocher triangulaire de 100 m de côté. Elle est flanquée vers l'ouest d'un îlot rocheux sans nom. A son nord-ouest, deux autres îlots rocheux bordent le rivage.

• L'île de Sridgina et son phare :

Elle constitue un site proposé par la commission de Wilaya pour être classé comme site protégé). Relativement grande, cette île mesure environ 400 m de longueur nord-sud et 100 m de largeur est-ouest. Elle est située à 800 m du rivage et à 4 km au nord de Stora. C'est un rocher presque sans végétation sur le quel un phare était construit. Ce curieux nom de sridgina a quelque analogie avec Sguigata, déformation de Rusicada, et qui, à une certaine époque, a désigné Stora, les grecs puis les romains l'ont nommé Ydras nèsos (les îles d'Ydra). Ce mot étant au pluriel, il est probable qu'il désigne l'île de Sridgina et les petits rochers plus élevés qui l'entourent.

Sridgina est une île située à l'entrée Ouest de la rade de Skikda, elle dispose d'une petite superficie et ne peut recevoir qu'un nombre limité de visiteurs. Son quai peut prendre en charge un ou deux navires de plaisance seulement. Comme toute île de petite taille, Sridgina procure un fort sentiment d'isolement qui met le visiteur dans les meilleures dispositions pour profiter du spectacle qu'offre le paysage tout autour, qu'il soit industriel ou naturel. Ce sentiment de vigie est ici renforcé par la présence du phare mais surtout par la configuration de cette île qui présente une altitude élevée par rapport à sa superficie.

- Le phare de Sridgina et L'îlot des Lions

Il y a trois phares à Stora. L'un à l'intérieur du port sur le premier canton (phare rouge), alimenté en énergie solaire. L'autre au bout du grand canton servant de rempart au port (phare vert) et l'autre qui épate les promeneurs par son architecture et son avancée vers la mer, comme pour la défier et bien guider les bateaux qui accostent à Skikda. Il se situe sur L'île de Sridgina

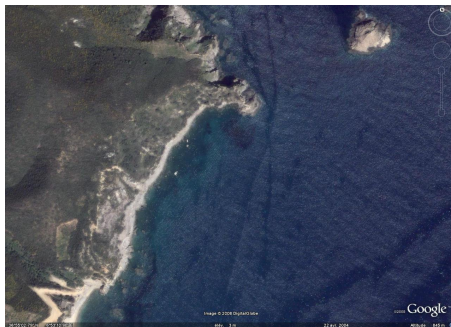
L'île de Sridgina est surmontée d'un phare construit en 1847 et remanié en 1906 pour sécuriser la navigation à l'entrée de Skikda. Ce phare n'étant pas automatisé, deux gardiens sont présents en permanence. Il est constitué d'une tour blanche d'une dizaine de mètres de hauteur, de section carré qui supporte une lanterne et une balustrade de couleur rouge. Il est situé au centre d'un bâtiment blanc de 12 m sur 15 m environ (180 m²) composé d'un seul niveau dont le pourtour est orné de belles arcades supportant une terrasse sur la toiture. Cette terrasse accueille des panneaux photovoltaïques mais présente à de multiples endroits de très fortes dégradations dont un trou béant d'un mètre de diamètre. Une extension plus récente de 8 m x 11 m (88 m²) et de moindre qualité architecturale a été construite sur la partie ouest.

Deux terrasses ont été aménagées accolées au phare sur la partie nord du phare (55 m² environ) et sur la partie sud (100 m²). Plusieurs petites annexes ont été construites de brique et de broc tout autour du bâtiment. Certaines servent de débarras, d'autres en trop mauvais état n'ont plus d'utilisation. Elles représentent une superficie cumulée de 135 m² environ. L'ensemble bâti est relié à un débarcadère par un chemin escarpé, de 115 m de long environ. Il est renforcé de

murets maçonnés et présente une largeur d'un mètre environ. Au total, la surface « urbanisée » (bâtiments, terrasses, chemin) est donc de près de 700 m² soit environ 2,5 % de la superficie de l'île.

Un débarcadère en pierre a été construit sur la partie sud de l'île. Il présente une partie surélevée au sommet d'une arche sur laquelle se trouvait probablement une petite grue pour faciliter la manutention.

L'îlot des Lions (**Carte n°08, photo n°14**) est surmonté d'une balise tribord pour la navigation maritime. Cet appareil est très probablement automatisé.



Carte n°08 : l'îlot des lions.

Source : image Google Earth traitée par l'auteur



Photo n° 14 : îlot des lions

- **Les deux frères (Stora / Skikda)**: près du rivage, à 4km au nord ouest de l'île Sridgina, deux gros rochers appelés 'les deux frères' ou en arabe, djézaïer el kalaa (les îles noires). Les plus grand nommé Tarsakh ou Tarsa est un rocher nu, pyramidal. Le plus petit, d'un kilomètre plus à l'ouest, est de forme conique et n'a pas d'autre nom que 'l'autre frère'¹.
- **Les sept îles (Aïn Zouit / Skikda)** : 06 km à l'ouest des 'deux frères', un îlot rocheux de forme conique se trouve à proximité du rivage. Quelques centaines de mètres plus à l'ouest, six autres îlots analogues forment une chaîne rectiligne de 750 m de longueur, à peu près perpendiculaire au rivage. On les appelle les Sept-Iles, mais le nom arabe est Tsour Ahmed Djerbi (le bœuf ou le taureau d'Ahmed Djerbi). (Proposé par la commission de Wilaya pour être classé comme site protégé).

-V.4.3.5-Montagnes, sites forestiers et poissons.

-La forêt. La forêt occupe 19 % de la surface totale qui est 5.200 ha, soit 995.76. Nous distinguons deux types de forêt; forêts naturelles (Chêne liège, Chêne zen, Pin maritime, maquis) et les forêts artificiels (Pin maritime, Eucalyptus, Pin d'alp, acacia, Pin pignon, Chêne liège)².

- La Forêt de Stora (Commune de Skikda).

¹ http://alger-roi.fr/Alger//geographie/textes/1_iles_littoral_algerianiste109.htm

² SDAT Phase 2/ chapitre 1 : milieu naturel pp 44-45

La ville de Skikda, dispose de grandes surfaces forestières non exploitées, à titre d'exemple la forêt de Stora située sur la route de Stora dans les hauteurs de Skikda, à proximité du palais Meriem Azza, offrant une vue imprenable sur la mer est fermée depuis une vingtaine d'années. (Proposé par la commission de Wilaya pour être classé comme site protégé).

- Les poissons. La faune marine est en générale riche et la côte est poissonneuse, les espèces sont: Poissons dé marsaux - Poissons pélagiques - Crustacés – Mollusques.

Le port de Stora a une grande capacité d'accueil de chalutiers et de sardiniers ainsi que toutes les commodités nécessaires : station de carburant, fabrique de glace, cases à pêche, point de vente de matériel de pêche et pièces de rechange, une unité de salaison traditionnelle et 4 chambres froides.¹

-Les points de vue panoramiques.

- Koudiet Milla (Skikda/ Stora) : point de vue panoramique
- ST .Louis (Skikda) : point de vue panoramique dominant les falaises et le cap de fer.

-V.4.3.6-Les formations géologiques: Les substances utiles:

-Matière première.

On y trouve d'importantes réserves de matières premières constituées de: Kaolin, Argile, céramique, Talc, Barytine, Pegmatite et Quartzites.

- Matériaux de Construction et de décoration.

On y trouve également les matériaux décoratifs et pierres à bâtir constitués de Marbre, Rhyolites, Andésite, Calcaire et Dolomite, Gneiss, Alluvions, Dolomie et Calcaires.

Ces substances peuvent être exploitées dans le développement de certaines branches artisanales comme : la construction, la décoration, la poterie...

-V.4.4-La dimension socioculturelle.

-V.4.4-1- Le patrimoine culturel et historique matériel.

a- monuments et sites historiques.

Skikda est une ville fière de son patrimoine historique qui préserve son identité et son authenticité, elle renferme d'innombrables chefs d'œuvre dans ses ruelles: mosquées, medersas, nombreuses ruines, édifices et de magnifiques palais nécessitant néanmoins une réelle dynamique de préservation et de mise en valeur, ce sont des curiosités indispensables à tout développement touristique, parmi ce riche patrimoine culturel et historique on peut citer:

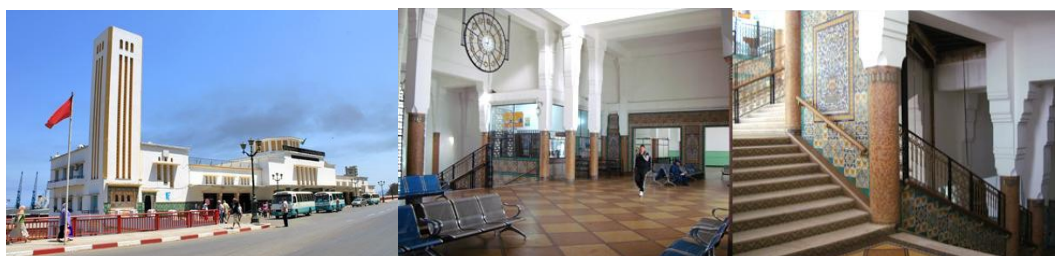
¹ http://www.wilayadeskikda-dz.com/economie_peche.php

• **La gare ferroviaire.**

Inaugurée le 28 mars 1937, la gare des chemins de fer (**Photos n° 15, 16 et 17**) a été édifée en remplacement de l'ancienne gare couverte de tuiles rouges et ne comprenant qu'un rez-de-chaussée, au même endroit, sous le Skikda, à l'est de la place du 1er Novembre 1954 et en face de l'Hôtel de ville, sur l'autre côté de la place, la nouvelle gare s'élève sur deux étages dans une architecture évoquant une mosquée, mais de style mauresque futuriste pour l'époque.

Pour le décor intérieur, l'architecte a eu recours à la célèbre faïence de Nabeul(Tunisie) à motifs floraux, un véritable hymne à la nature, dans un mélange de couleurs apaisantes à base de vert, bleu et d'ocre.

La gare de Skikda est considérée comme l'une des plus belles gares d'Algérie avec celle d'Annaba et d'Oran.



Photos n° 15, 16 et 17 : La gare ferroviaire : vue d'extérieur et d'intérieur, l'auteur

• **Le Palais Ben Guana ou Meriem Azza.**

Merveille architecturale de style andalou-mauresque, splendeur des temps passés et présents, de par ses proportions imposantes, les aménagements architecturaux internes en parfaite harmonie et en totale cohésion avec l'esprit novateur qui a engendré ce chef d'œuvre. Le château (**Photos n° 18, 19 et 20**) a été bâti en 1913 sur un site boisé qui surplombe le versant marin de la corniche locale, la réalisation a été confiée à l'architecte attiré de la ville Charles Montaland, l'initiateur étant le maire Paul Cuttoli. Après la seconde guerre mondiale et à la mort de Cuttoli, le nouvel acquéreur prit possession des lieux, il s'agit d'un certain Bengana, un notable fortuné de Biskra, qui a du l'abandonner en 1955 sous la pression des propos racistes émanant des civiles et activistes habitants ce quartier résidentiel. Entre 1956 et 1962, le palais servit de refuge pour de nombreuses familles abandonnant les massifs montagneux et campagnes des alentours. Au lendemain de l'indépendance, Dar Meriem fut utilisée comme centre de vacances, en juin 1981 sur requête de l'APC de Skikda le palais a été classé monument et site historique. La même année les services de la wilaya y entreprirent des travaux de réfection en vue de la transformer en villa d'hôtes.

Le château, a été baptisé Meriem, en référence à l'amour fou de son bâtisseur.



Photos n° 18, 19 et 20 : Palais Meriem Azza : vue d'extérieur et d'intérieur, l'auteur

• **La Banque centrale.**

Les locaux actuels de la Banque Centrale d'Algérie situés à l'avenue Zighoud Youcef ont été construits en 1934, par l'architecte Charles Montaland, grâce à la municipalité dirigée par Paul Cuttoli. Pour l'entrée de la banque, Charles Montaland, s'est inspiré d'une médersa de la Casbah d'Alger.

• **La Grande poste.**

Construite en 1938 par l'architecte Charles Montaland, comme tous les autres édifices publics de la Rue Zighoud Youcef, elle est issue du brassage de plusieurs civilisations: de la noblesse arabe, du raffinement andalou, et de la ténacité berbère.

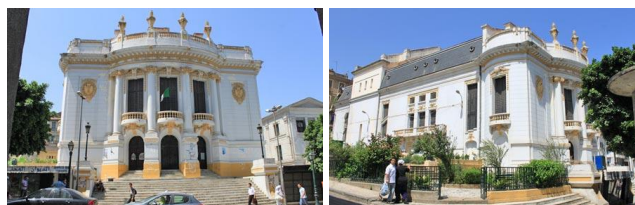


Photos n° 21, 22 et 23: La Grande Poste : vue d'extérieur et d'intérieur, l'auteur

• **Le Théâtre municipal.**

En plein centre du vieux Skikda, sur les substructures antiques du temple de vénus (**Photos n° 24 et 25**), on érigea en 1854, un théâtre en bois qui fut détruit et remplacé par le théâtre actuel et ce à l'occasion de la préparation des festivités du centenaire de la colonisation 150 de l'Algérie. Inauguré le 12 janvier 1932, il est l'œuvre de l'architecte Charles Montaland. Véritable chef œuvre, il est l'un des beaux théâtres du pays selon les experts, son imposante façade principale, le faste des différents éléments décoratifs et de son agencement intérieur évoquent le célèbre Scala de Milan.

Le théâtre municipal est un bel exemple d'architecture éclectique avec prédominance de style baroque. Il a été classé monument et site historique.



Photos n° 24 et 25 : Le Théâtre municipal, l'auteur

• Le musée municipal.

Inauguré le 22 novembre 1898, œuvre de l'architecte Henri Ranoux, érigé dans un îlot de verdure, de palmier et de rosiers. Il était constitué de 03 pavillons, dont l'un de style mauresque, reliés entre eux par une vaste et belle terrasse. Malheureusement, suite aux bombardements durant la première guerre mondiale (1914- 1918), une partie de ce musée a été détruite, puis une seconde destruction en 1953, des actes de vandalisme et de vols d'une grande partie de la collection ont caractérisé la période qui s'en est suivie. Ce n'est qu'en 1987 que l'actuel musée municipal a été inauguré dans l'enceinte du centre culturel communal Hassan Chebli. Le musée qui a bénéficié de nouvelles pièces notamment celles liées à la période coloniale, et structuré en cinq pavillons abritant des vestiges de nombreuses périodes dont préhistorique, punique, romaine, et de deux pavillons pour couvrir la période coloniale.



Photos n° 26, 27 et 28 : Le musée municipal : vu d'extérieur et d'intérieur, l'auteur

• Le Théâtre antique.

Le théâtre de Rusicade (**Photos n° 29 et 30**) édifié au troisième siècle de l'ère chrétienne est situé en plein centre de la ville de Skikda sur les hauteurs de l'oued et orienté selon une direction Nord- Sud. Il est le plus grand et le plus vaste de tous ceux construits par les Romains en Afrique du nord. Ce monument occupait avant sa destruction lors de l'occupation française environ 4900 m². La scène a disparu et ne restent plus que les substructures des gradins. La largeur maximale du théâtre était de 82 m. De par ses dimensions il devrait accueillir près de 6.000 places, il est de forme semi circulaire soutenus par de gigantesques colonnes.

C'est dans ce théâtre qu'en 1841 a été trouvée la stèle en marbre portant une inscription attestant Rusicade comme colonie romaine. Il a été classé monument et site historique.



Photos n° 29 et 30 : Le Théâtre antique

- **Les 07 puits (non classés).**

Érigés par les romains vers 221 avant notre ère alimentant les différentes zones de la ville et qui fonctionnent à ce jour pour fournir de l'eau potable à une grande partie du centre ville.

- **Les réservoirs de Stora (non classés).**

Se trouvant sur les hauteurs de Stora, dont la capacité était de 3000 m³ et qui alimentent à ce jour la région de Stora.

- **La fontaine romaine (non classée).**

Fonctionnelle à ce jour alimentant les habitants d'une eau de source, elle se trouve à Sidi Ahmed et en état moyen.

- **Les remparts de la ville (non classés).**

Ils nécessitent des travaux de réhabilitation d'urgence, les dégradations dues en grande partie aux constructions publiques et privées dont les permis de construire délivrés n'ont fait aucune mention à la protection de cet ouvrage érigé sur l'ancienne fortification de la ville romaine.

- **La voûte romaine (non classée).**

Située à proximité du port de pêche de Stora, ce vestige était en réalité un nymphée consacré au culte de l'eau et comprend un ensemble de vastes salles d'eau (citernes) creusées sous la falaise de l'horloge. Cette construction servait au stockage de l'eau, les citernes restaurées par les colons français et situées dans la partie basse de Stora furent utilisées depuis l'occupation française. Leur contenance est de 3000 m³ d'eau environ à l'époque romaine. Malgré les mutilations qu'elle a subies et qui ont éventré une large proportion de sa voûte, elle témoigne de son antique importance par ses dimensions, 8 mètres de large sur 9 mètres de haut avec une longueur qui ne devrait pas être inférieure à 25 mètres. Les blocs de maçonnerie provenant de cette citerne existent encore sur le contre bas indiquant qu'elle s'est effondrée ou qu'elle a été démolie lors de l'établissement du chemin de Stora au petit phare.

- **Le quartier arabe El Koubia.**

Le quartier arabe El Koubia est un ensemble architectural de style arabo - musulman authentique, il a été édifié entre 1948 et 1949 pour « *les indigènes* » selon les autorités de l'époque. Son architecture rappelle de près celle des maisons andalouses durant la présence musulmane. Cet ensemble prend une forme semi- circulaire, les habitations très proches l'une de l'autre, sont ouvertes par des fenêtres de petites dimensions et de portes de formes d'arcades. Au centre de la cité, on retrouve une mosquée ainsi qu'un hammam que les habitants l'appellent d'ailleurs « Hammam Turc ». Les maisons donnent accès à un espace assez large au milieu duquel se dresse une fontaine, cet espace fait office de ce qui est appelé « wast et Dar ».

L'appellation « Koubia » fait référence aux nombreuses petites coupoles coiffant les habitations de ce quartier.

• **Autres sites.**

Enfin d'autres sites sont d'une grande importance ; telle que l'église Sainte Thérèse et la guillotine où a été construit un complexe historique.

Il existe encore des traces d'édifices romains qui ont disparu:

- Le cirque, en aval de Djebel Mouadher à la place de l'actuel cimetière chrétien d'une longueur de 70 mètres et une largeur de 70, sa capacité étant de 6000 places.

- Skikda avait à l'époque romaine un deuxième théâtre, un fait très rare à l'époque se trouvant à l'est de Djebel Bouyala, sa capacité étant de 3000 places et qui démontre l'importance de Rusicade durant cette époque.

• **L'hôtel de ville.**

Un joyau architectural d'une rare élégance conçu dans un style néo- maghrébin, l'architecture néo-mauresque de l'édifice est une synthèse des influences arabes et andalouses. Avec son célèbre minaret rappelant ceux des mosquées de Tlemcen et du Maroc mais dans un style plus moderniste, ses vastes vérandas, son balcon à colonnes de la salle des fêtes sise au premier étage, sa galerie décorée de mosaïque blanc, contigüe à la salle des mariages, l'hôtel de ville est un véritable chef d'œuvre artistique associant dans une parfaite symbiose et harmonie plusieurs styles. Les murs sont couverts, à hauteur d'hommes de mosaïque et de faïence de Nabeul représentant des scènes de chasses, ainsi que de faïence de Ouled chemla (Tunisie) illustrant des motifs floraux où dominant le bleu, l'ocre et le vert. En outre, l'hôtel de ville abrite une vingtaine de toiles de grands peintres et de nombreuses tapisseries.

b- Le centre ville, l'élément identitaire de la ville.

L'étude du centre ville est intimement lié à sa richesse patrimoniale (la plupart des édifices cités ci-dessus constituant le patrimoine matériel de la ville de Skikda sont localisés dans son centre ancien) et sa proximité au port ainsi qu'à la mer.

Le centre historique de Skikda occupe une position centrale à trois points de vue. Sur le plan géométrique, il constitue le pivot de la ville. Tout l'espace urbain s'organise autour du centre historique, comme en témoigne le mouvement de convergence des principales voies de communication. Sur le plan social, il s'impose comme le centre de gravité de la vie skikdie.

Il concentre les sièges des trois pouvoirs (communal, wilayal et juridique), le siège de l'APC (Assemblée populaire communale), le centre de commandement policier, la plupart des services administratifs, une part importante des commerces de détail ainsi que les marchés traditionnels et couverts. Sur le plan de la mémoire collective, les habitants de Skikda éprouvent

un vif attachement pour cette partie de la ville, surtout celle dite «houmett ettalyène», «le quartier napolitain».

Par ailleurs, le centre historique de Skikda symbolise, ces dernières années, l'incurie et l'abandon de la ville aux spéculateurs et aux intérêts privés. D'après la C.T.C, la répartition de 2047 bâtisses dans le centre ancien Skikdi selon leur degré de dégradation est comme suit :

14% bâtisses à démolir

17% bâtisses fortement dégradées

28% bâtisses moyennement dégradées

41% entre les bâtisses faiblement dégradées et celles en bon état.

Nous constatons que la dégradation touche plus de la moitié des bâtiments d'habitation du centre-ville. Les statistiques présentées ci-dessus montrent bien que Skikda est un centre qui risque de perdre son visage historique avec tout son héritage culturel, architectural et patrimonial.

Pour cela, il est primordial de le concevoir comme le lieu, au moyen du quel la ville de Skikda peut se refonder : en renouant avec son histoire et son patrimoine dont elle a cherché à s'affranchir, engagée au lendemain de l'indépendance dans un processus d'urbanisation dévastateur sous l'effet de l'industrialisation, de la spéculation et de la pratique de l'habitat illégal, se refonder en effaçant l'angle mort qu'est devenu le centre historique du fait de son abandon de la part des administrations communales successives et d'une partie de sa population, se refonder, enfin, en manifestant la capacité de toute une ville à se mobiliser dans un projet.

Dans cette perspective, une opération de réhabilitation du centre ancien de la ville de Skikda est programmée, mais cette dernière se limitera malheureusement aux façades et aux espaces d'usage mixte. 1,5 milliard de dinars est consacrée au financement de cette opération.

c- Les équipements culturels de la ville de Skikda.

Le théâtre régional de Skikda : qui va faire l'objet d'une importante opération de restauration pour laquelle un montant de 65 millions de dinars a été mobilisé.¹

Les travaux de réhabilitation de cette structure qui s'étend sur une superficie de 1.000 m² permettront d'augmenter les dimensions de la scène, de renouveler les équipements d'éclairage et de rénover les vestiaires. Le hall d'expositions adjacent sera également rénové dans le cadre de cette action qui sera suivie, dans une étape ultérieure, de l'installation de nouveaux sièges dans la salle.

¹ La direction de la culture de la wilaya de Skikda

Une fois réhabilité, ce théâtre constituera un important centre de rayonnement culturel, en mesure de booster la vie culturelle dans cette wilaya.

- Cinéma: Dix (10) salles de cinéma dont deux (02) seulement sont ouvertes¹.

- Les bibliothèques et salles de lecture : cinq bibliothèques communales, quatre salles de lecture².

- Palais de la culture et des arts

-salle Issat Idir

-V.4.4.2-Le patrimoine immatériel.

a- Les manifestations socioculturelles.

La ville de Skikda organise chaque année treize (13) grandes manifestations culturelles (**Annexe n ° 02**) sur des thèmes variés et touchant huit (08) mois sur 12 de l'année, en plus des manifestations locales qui se tiennent durant toute l'année.

b-La fête des fraises :

Vers la fin du mois de Mai de chaque année, la ville de Skikda se pare de ses plus beaux atouts pour célébrer la fête de la fraise, l'une des spécialités de la région ; ce fruit savoureux (introduit en 1920) qui pousse sur les versants de la grande plage et Stora; cela donne lieu à d'importantes manifestations culturelles. Des danses folkloriques, des fantasias et des concours de pâtisseries et d'artisanat sont organisés à cette occasion.

c -Les associations culturelles agréées à travers la ville :

La ville de Skikda compte 79 associations culturelles réparties à travers la ville (Direction de la culture W. Skikda).

d -Les figures culturelles de la ville :

Par leurs écrits, certaines personnalités culturelles comme Mohamed Harbi, Ali El Kenz, Malek Chebel, Abdellali Rezagui ont essayé de tracer la sociologie du déclenchement de la lutte de libération nationale et ont permis de mieux comprendre les raisons qui ont poussé les masses populaires à se soulever.

D'autres ont apporté un cachet artistique et culturel à la wilaya en s'impliquant dans le théâtre, le cinéma ou la chanson, apportant chacun son talent et en prouvant que Skikda est une Wilaya d'art, de culture, de peinture et de théâtre.

Parmi ces personnalités de la plume, de la planche et du cinéma, on citera Mohamed Harbi (Historien), Ali El-Kenz (sociologue), Malek Chebel (anthropologue), Abdelali Rezagui (journaliste), Saad Bouakba (journaliste), Yousef Ouaghlissi, Souad Boukaous, Azzedine Mahdjoubi (théâtre), Djamel Hamoudi, Ahcene Tlilani, Messaoud Zitouni, Abdelaziz Ramdane

¹ Schéma directeur sectoriel des biens et services et des grands équipements culturels

² Idem

(peintre), Abdelaziz Kateb, Zerouk Skikdi, Amel Wahbi et fateh Rouana (variétés) et Djamel Fezzaz (cinéma).

-V4.5-La dimension technologique.

-V4.5-1-L'accessibilité physique/matérielle.

a- La connexion des ressources touristiques avec le réseau routier :

Le système spatial touristique est une sorte d'archipel, cet archipel de sites doit être interconnecté par un réseau routier. Par rapport à notre cas d'étude, la partie Est de la baie de la ville de Skikda qui contient les plages Larbi Ben M'hidi est branchée (connectée) directement au chemin wilaya 18. Quant à la partie Ouest, elle est connectée aussi directement au réseau routier. Le problème réside dans la coupure entre ces deux entités par la zone industrielle.

b- La desserte du potentiel touristique de l'aire d'étude par les transports publics :

D'abord, pour venir à Skikda :

Par voie aérienne :

Au départ de l'Europe : Nous avons plusieurs possibilités pour nous rendre à Skikda.

La compagnie aérienne AIR ALGERIE, assure les vols la compagnie française AIGLE AZUR qui proposent des vols à destination de Constantine ou Annaba.

Par route :

Nous devons arrêter à la gare routière d'Annaba ou bien Constantine et là nous aurons le choix de prendre

-Un taxi qui puisse nous emmener à Skikda : Il existe des taxis qui font la route directe entre Annaba, Skikda et Annaba, Constantine.

-Utiliser les bus.

Par voie ferrée :

Il existe aussi un train qui relie Alger à Annaba et qui s'arrête à la gare de Constantine, puis à Ramdane Djamel pour faire descendre les voyageurs a destinations de Skikda ou un autre train les attend pour reprendre le relais. Le train venant de Constantine terminera son voyage à la gare d'Annaba.

Une fois arrivé à Skikda (Ville), elle dispose d'un réseau de transport urbain constitué de taxi, bus et d'une ligne de téléphérique. Ce réseau va être enrichi par le projet d'une ligne de tramway.

d-Existence ou non de produits spécifiques dédiés à la mobilité touristique

Les transports touristiques sont un ensemble des moyens de locomotion terrestres, fluviaux ou aériens ayant pour vocation de favoriser l'acheminement des touristes vers un lieu déterminé. Pour notre aire d'étude nous notons l'absence de ce type de transport facilitant l'accessibilité touristique, ce qui constitue un obstacle pour le développement du tourisme. Nous signalons aussi l'inexistence d'instruments de planification prenant en compte les déplacements touristiques (des instruments propres aux mobilités touristiques).

-V4.5-2-L'accessibilité informationnelle/immatérielle.

a- L'Information et la communication touristiques et la promotion de l'image de la destination Skikda.

Nous signalons l'inexistence de campagnes de communication ou plans de promotion pour la valorisation du territoire de la wilaya comme destination touristique.

-V.4.6-La dimension économique.

-V.4.6-1-Hébergement.

Tableau n° 07 : Liste des établissements hôteliers dans la commue de Skikda

N°	entreprise	type	classification	capacité	Nombre d'employé	
					permanents	contractuels
01	Es Salem	urbain	4	300	105	10
02	Excelsiore	urbain	2	60	7	0
03	Château vert	littoral	2	40	4	3
04	Terminus	urbain	2	32	7	3
05	Orient	urbain	N.C	54	5	0
06	Skikda	urbain	N.C		4	0
07	Méditerranée	littoral	N.C	72	4	0
08	le Sahara	urbain	N.C	70	/	/
09	Le littoral	Urbain		37	1	0
10	Saf Saf	littoral	N.C	68	8	2
11	El Mannar	littoral	N.C	24	4	2
12	Stora	littoral	N.C	48	5	2
13	Paradis	littoral	N.C	108	/	/
14	El Macir	littoral	N.C	56	5	/
	Total			991	159	22

NC : Non classé

Source : Direction du tourisme - Skikda

Notons également qu'un camp de toile et un camp de vacances se trouvent au niveau de Ben M'hidi et qu'une auberge de jeunes se trouve au centre ville d'une capacité de 35 lits.

-V.4.7-La dimension politique.

-V.4.7-1- la législation nationale. Lois, décrets et arrêtés par rapport au Tourisme, à l'Artisanat, à la culture, à l'Environnement, à l'Aménagement du territoire et Urbanisme et au Foncier.

-V.4.7.2- Le Tourisme à Skikda à travers les instruments de planification.

a- Le schéma national d'aménagement du territoire (S.N.A.T).

Le schéma national d'aménagement du territoire (SNAT) à l'horizon 2025 est le cadre référentiel premier ; c'est l'acte par lequel l'Etat affiche son grand projet territorial. Etabli pour l'horizon 2025 et adopté par le gouvernement, le SNAT a rendu visible les forces et les faiblesses ainsi que les enjeux, les opportunités et les menaces qui pèsent sur les territoires. Il intègre les différentes politiques de développement économique et social qui concourent à la mise en œuvre de la politique nationale d'aménagement du territoire. Il définit une nouvelle organisation du territoire pour l'horizon 2025. Le S.N.A.T est une fenêtre d'opportunités pour s'inscrire dans la modernité.

Quatre lignes directrices viennent orienter le SNAT et répondre aux grands enjeux du développement du territoire national tels qu'ils ont été identifiés dans le diagnostic puis déclinés en futurs possibles dans les différents scénarios :

- Ligne directrice n°1 : vers un territoire durable
- Ligne directrice n°2 : créer les dynamiques du rééquilibrage territorial
- Ligne directrice n°3 : créer les conditions de l'attractivité et de la compétitivité des territoires
- Ligne directrice n°4 : réaliser l'équité territoriale

A cela s'ajoute la nécessité de la mise en œuvre de la gouvernance territoriale tout au long du processus de concrétisation de ces directives.

Ces lignes directrices sont mise en œuvre à la faveur de vingt (20) programmes d'actions territoriales « PAT ».

b- Le schéma Régional d'aménagement du territoire (S.R.A.T).

-Orientations générales et axes stratégiques:

Les orientations et axes stratégiques sont cadrés en fonction de celles et ceux du Schéma national d'aménagement du territoire (SNAT). Certaines adaptations ont été apportées en fonction des spécificités de la région, notamment dans les axes stratégiques, et parfois dans les orientations générales.

-Proposition de scénarios d'aménagement des villes:

Quatre (04) scénarios pour le développement des villes ont été préconisés :

- Scénario des visions du devenir régional et implications urbaines.
- Scénario d'un parti métropolitain bipolaire: Constantine et Annaba.
- Scénario d'un parti des petites et moyennes villes.
- Scénario de l'urbanisation.

Le plan d'aménagement territorial SRAT a préconisé des actions de développement sectorielles propres à chaque aire d'aménagement en conformité avec les lignes directrices du SNAT.

c- Le Plan d'Aménagement du Territoire de la Wilaya P.A.W.

Le Plan d'Aménagement du Territoire de la Wilaya est un instrument de mise en œuvre de la politique d'aménagement et de développement durable sur le territoire de la Wilaya.

C'est un outil d'orientation et de planification stratégique des actions d'aménagement du territoire de la Wilaya en référence au SNAT et au SRAT. Il a pour objectif fondamental d'assurer une organisation rationnelle et harmonieuse de l'ensemble du territoire de la Wilaya.

Il permet à son tour de préciser les termes de référence pour l'élaboration des études du Plan et Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme d'une commune ou du groupement de communes de la Wilaya.

-Propositions :

Le plan d'aménagement de la Wilaya de Skikda a fait des propositions relatives au secteur du tourisme et l'artisanat dont nous retenons ici les actions suivantes:

-Dynamiser le tourisme et l'artisanat : Le développement de l'industrie du tourisme nécessitera la mise en valeur des potentiels et gisements touristiques à forte attractivité situés dans les pôles définis par le schéma directeur d'aménagement touristique, dans une vision s'inscrivant sur le long terme. Dans ce cadre il s'agira d'agir en direction de :

- L'encouragement de l'investissement à travers :
 - La valorisation, l'aménagement et la viabilisation et l'accessibilité du foncier touristique.
 - L'encouragement au financement des projets par des mécanismes de garanties ainsi que l'adaptation des durées de crédits.
 - La remise à niveau et la modernisation des hôtels et stations thermales propriétés publiques en attendant la conclusion de partenariat sur ces installations ;
 - L'amélioration de la gestion des établissements hôteliers publics par la conclusion de contrats de management avec des chaînes hôtelières de renommée.
 - Un renforcement de l'information, de l'accueil, de la qualité des équipements.
 - La protection et la valorisation de l'environnement et du patrimoine.

- Le développement de la formation et du recyclage des personnels et managers du secteur.
 - La promotion de la destination nationale à travers :
- Des plans de communication et de marketing.
- L'adaptation des offices et établissements publics concernés à la mission de service public qui en est attendue.
- Ainsi qu'un déploiement approprié au niveau des principaux marchés touristiques.
- Et enfin, le renforcement des capacités de l'administration du tourisme pour lui permettre de veiller à la qualité et à la régulation de ce secteur d'activité, ainsi que de contribuer à la dynamisation et l'accompagnement de l'investissement touristique.
 - L'encouragement de l'activité artisanale
- La promotion de la formation avec le concours de la formation professionnelle
- Des artisans qualifiés qui y seront encouragés par des incitations.
- La création continue de centres d'excellence dans certains métiers artisanaux.
- La mise en place de facilitations et d'encouragements pour l'investissement dans l'artisanat par le biais des micros crédit.
- Et enfin, l'amélioration de l'organisation de l'activité et de ses circuits de commercialisation, grâce au soutien des chambres d'artisanat.

d- La stratégie de développement et d'aménagement touristique définie par le S.D.A.T.W.

A partir des réalités de la wilaya et à travers ses atouts et ses contraintes, l'étude di SDATW a essayé d'identifier les enjeux qui se posent au secteur du tourisme à moyen et long termes et a défini des orientations en cohérence avec les instruments d'aménagement en vigueur, et a fait des propositions d'actions qui seront présentées ci-dessous :

Les principes.

Principes d'aménagement généraux

- Tourisme durable :
- Offre de produits touristiques durables
- Miser sur l'authenticité des produits et des lieux
- La prise en compte des enjeux social et environnemental dans le développement touristique.

L'aménagement touristique du littoral.

- Le tourisme littoral constitue le premier des secteurs de l'économie touristique mondiale et le premier espace de destination en Algérie.
- Eviter l'éparpillement des aménagements touristiques sur la côte

-Privilégier un aménagement en profondeur, perpendiculaire à la côte afin d'éviter les aménagements –pieds dans l'eau-

-Les aménagements doivent tenir en compte les spécificités des de la zone et la demande réelle (profil des touristes)

L'aménagement touristique urbain

-Prendre en compte la transversalité, cohérence et mixité afin de réussir tout aménagement touristique.

-La mise en scène de la ville pour le tourisme

-Intervenir sur les espaces publics urbains (voies, limites urbaines et quartier, nœuds et places, points de repères)

-Maîtriser le problème des circulations et des conflits d'usage (réduite les ruptures de déplacements)

-Offrir une grande variété d'équipements pour garantir les retombées économiques et touristiques escomptées.

L'aménagement touristique rural

-Rechercher activement des solidarités réciproques entre espaces ruraux et urbains

-Développer les pôles de l'agritourisme

-L'offres doit être composée de : statons vertes de vacances, parcs touristiques locaux, parcs scientifiques.

-Développer des notions de pays et bassins touristiques : Le " pays ", territoire caractérisé par une cohésion géographique, économique, culturelle ou sociale, est le lieu d'action collective qui fédère des communes, des organismes socioprofessionnels, des entreprises, des associations autour d'un projet de développement touristique commun.

-Le Développement du tourisme montagnard

Principes d'aménagement des zones d'aménagement touristique (Z.E.S.T)

La stratégie d'aménagement des ZET appréhende la valorisation et l'aménagement selon quatre catégories de zones:

1- Les zones laissées à l'état naturel compte tenu de leur vulnérabilité au plan écologique et des difficultés d'aménagement.

2- Les zones qui se prêtent aisément à l'investissement compte tenu de leurs situations.

3- Les zones favorables au développement au tourisme familial compte tenu de la possibilité d'adaptation de plusieurs formules d'hébergement.

4- Les zones destinées au tourisme international de standing du fait de la particularité des sites et de la passibilité de création de grands ensembles touristique.

Les filières à promouvoir

Filières principales : Tourisme balnéaire ; tourisme d'affaires et de conférences

Filières secondaire : Tourisme Urbain (fun shopping, loisirs périurbains) ; Tourisme culturel et historique ; Tourisme thermal ; Tourisme de soins et de santé ; Tourisme de découverte ; Tourisme scientifique, tourisme écologique ; Tourisme de niche ; Tourisme de pêche et chasse touristique ; Tourisme climatique, golfique et autre ; Tourisme culturel.

Les Orientations stratégiques :

- 1- Conforter l'offre littorale
- 2- Valoriser les atouts de l'intérieur pour s'orienter vers un développement de l'ensemble du territoire
- 3- Valoriser les grands espaces nature
- 4- Elargir la saison touristique en diversifiant l'offre
- 5- Diversifier l'hébergement touristique
- 6- Améliorer la qualité de l'offre
- 7- Protéger l'environnement

Les axes stratégiques d'aménagement :

- 1- Un tourisme pour tous
- 2- La pluralité des filières
- 3- L'amélioration des conditions d'accueil et d'investissement
- 4- Un tourisme respectueux de l'environnement
- 5- Une Wilaya authentique, innovante et performante

Les actions proposées :

- **Les TIC:**

- 1- Améliorer l'accueil et l'information sur la Wilaya.
- 2- Constituer des campagnes de communication et un plan de promotion pour valoriser le territoire de la Wilaya comme destination touristique
- 3- promouvoir le web et l'e-tourisme : l'animation et la mise en réseau des filières touristiques.

- **L'organisation territoriale:**

- 4- Une organisation touristique territoriale basée sur les pôles ou bassins d'attraction touristique
- 5- Renforcer le rôle et la place de la Wilaya au sein du POT Nord-est
- 6- Consolider la relation de la Wilaya de Skikda avec les wilayas voisines (Constantine, Mila et Guelma...) et les autres wilayas émettrices (Oum El Bouaghi, Khenchela, Batna, Biskra...)

- **La formation:**
7- Soutenir la formation et la professionnalisation des acteurs.
- **Renforcer La transversalité**
- **La pluralité des filières**
8- Intégrer les loisirs à forte valeur ajoutée pour conquérir de nouveaux clients et assurer le renouvellement, la diversification et la montée en gamme de la clientèle.
9- Soutenir le développement du transport maritime.
10- Renforcer l'accessibilité aux équipements et sites touristiques.
- **Encourager et soutenir l'investissement dans le secteur touristique**

Conclusion :

Au cours de ce chapitre, le modèle d'analyse (hypothèse et concepts) a été confronté à des données observables. Dans ce sens, de nombreuses informations déterminées par les indicateurs des variables sont rassemblées et qui sont utiles à la vérification des hypothèses. Les données recueillies seront systématiquement analysées dans le chapitre suivant.

CHAPITRE VI : L'ACCESSIBILITE TOURISTIQUE A SKIKDA. ANALYSE, RESULTATS ET DEMARCHE POUR UN PROJET URBAIN.

Introduction.

L'objectif de ce chapitre consiste à analyser les données recueillies au cours du chapitre précédent par la méthode SWOT pour faire ressortir atouts, faiblesses, opportunités et menaces en rapport avec la thématique.

- Analyser les résultats de l'enquête par questionnaire, sachant que l'objectif des questions 05, 06, 10, 11 et 12 est d'inventorier les motifs de visite des touristes pour la ville de Skikda afin de déterminer les types de tourisme qui existent dans l'aire d'étude et l'objectif des questions 01,03 et 04 est d'estimer le degré de fréquentation touristique de la destination Skikda.
- Etudier le marché destiné (déterminer les profils et les exigences de la clientèle potentielle)
- Comparer la démarche du SDATW avec celle du projet urbain et enfin croiser le tout pour en déduire un modèle stratégique et durable propre au contexte algérien.

-VI.1-L'analyse des données par l'A.F.O.M.

L'outil principal d'analyse que nous avons utilisé est connu et appelé AFOM, cet outil combine l'étude des FORCES et FAIBLESSES d'un territoire avec celle des OPPORTUNITES et des MENACES de son environnement afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement tout en garantissant l'équilibre entre facteurs internes (A, F) et facteurs externes (O, M) en maximisant les potentiels des forces et des opportunités (points positifs) et en minimisant les effets des faiblesses et menaces (points négatifs). Le tableau suivant (**tableau n°09**) résume les résultats de l'analyse des données de notre aire d'intervention par cet outil.

Tableau n° 08 : Résultats de l'analyse des données par l'AFOM

<u>Atouts</u>	<ul style="list-style-type: none">- Skikda : débouché, historique, naturel et économique de l'Est algérien ; gouvernail de l'Est.- Une façade maritime de plus de 31 Km, renfermant paysages et richesses naturelles d'une grande qualité.- Une activité portuaire intense favorisant des liaisons passionnées avec l'intérieur du pays, comme à l'extérieur.- Un patrimoine, historique et culturel riche favorisant la curiosité et le développement touristique.- Chapelet d'îles et de phares à forte valeur historique et patrimoniale- Présence de forêts, de montagnes, d'écosystèmes, de beaux villages et de Sites et monuments historiques.- La faune marine est riche et la côte est poissonneuse.- Un port de pêche de Stora avec une grande capacité d'accueil de chalutiers.
----------------------	---

	- De nombreux points de vue panoramiques
<u>Faiblesses</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Un centre ville en pleine dégradation, saturation et congestion ; - zone industrielle polluante à haut risque ; - Une topographie du site difficile ; - Des nuisances environnementales provoquées par les différentes activités portuaires et industrielles ; - Des difficultés de gestion, conséquence de la multitude d'acteurs intervenants dans la zone et l'absence d'un organe fédérateur ; - Défi de concertation et de cohésion lié au grand nombre d'acteurs concernés ; - Un étalement urbain n'intégrant pas le développement durable ; - Une occupation anarchique le long du littoral, et l'instabilité du site ; - exclusion de la société en gestion, concertation et proposition urbaine ; - Un développement des activités portuaires, induisant une extension des infrastructures au dépend de la frange littorale et plages ; - Une brutale transition entre la ville, le port, et la zone industrielle ; - Des (prestations) touristiques ne répondant pas toujours aux attentes des clientèles ; - Îles et plages peu accessibles, déconnectés dans une approche d'intermodalité - Problèmes d'accès aux régions éloignées ; - Perte de la culture maritime et manque d'animation sur le littoral ; - Collecte de données non structurée ; - Accès aux différentes potentialités touristiques limité pour les citoyens et les visiteurs ; - l'investissement touristique se limite seulement à l'investissement hôtelier ; -l'inexistence d'une forme de tourisme pérenne (le tourisme à Skikda s'exerce seulement en été) malgré la présence d'autres gisements (agricoles) permettant d'exercer ce dernier durant toute l'année ; - Absence d'une réelle stratégie de promotion touristique au niveau de Skikda ; - Absence du rôle des agences de voyage dans l'information touristique (difficulté d'accès aux informations touristiques) ; - Manque de circuits et routes thématiques permettant de découvrir le littoral et les autres atouts à travers divers thèmes et moyens de déplacement (la ville ne possède qu'un seul circuit dessiné récemment) ; - Manque d'infrastructures routières (routes anciennes et étroites) ; - Absence des loisirs, manque d'attraction ; -Les habitants de la ville non accueillants (absence de culture touristiques) - Manque de salubrité de la ville, Manque d'éclairage nocturne ; - Manque d'infrastructures d'accueil ; difficulté d'accès aux informations touristiques.
<u>Opportunités</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Skikda est le débouché, historique, naturel et économique de l'Est algérien ; c'est le gouvernail de l'Est. - Le passage de L'autoroute Est Ouest - La position géographique stratégique
<u>Menaces.</u>	<ul style="list-style-type: none"> - Fragilité et vulnérabilité du territoire, du littoral, des écosystèmes et des paysages de Skikda ; - Retombées des changements climatiques ; - Contraintes physiques et règlementaires particulières au développement touristique

Source : auteur

-VI.2- Le diagnostic par le questionnaire effectué avec les acteurs usagers (touristes).

-VI.2-1- Skikda, une destination peu attractive.

Les réponses de la question 1 montrent que la promotion pour la destination Skikda et qui constitue la première dynamique de la stratégie nationale en matière de développement touristique n'est pas visible sur terrain, les opérateurs touristiques qui sont les premiers acteurs de la promotion sont absents, seulement 10% ont visité Skikda par ce qu'ils ont entendu quelques uns parler d'elle.

Quant aux réponses des questions 03, 04 et 05, elles confirment les précédentes en montrant que le nombre de personnes ayant déjà visité Skikda n'est pas important, cela peut s'expliquer de la manière suivante : les gens visitent Skikda mais généralement ne reviennent pas.

Le nombre de personne visitant Skikda pour la première fois est moyennement important, cela peut être traduit de différentes manières, soit les gens sont impressionnés par les plages de la ville et ont entendu parler beaucoup à propos de ça, soit ces personnes qui visitent Skikda pour la première fois n'ont pas des profils de touristes et sont venus pour d'autres raisons (la Question1).

Les personnes interrogées qui ont répondu par OUI aux questions 16 et 17: Ils reviennent par ce qu'ils étaient satisfait par rapport à ces éléments : Corniche, plage, nature, paysage, ville ancienne, pêche, ou bien pour les raisons suivantes : découvrir les améliorations, visiter la famille et c'est la ville côtière la plus proche.

Les personnes interrogées qui ont répondu par NON aux questions 16 et 17: Ils ne reviennent pas pour ces raisons :

Manque d'infrastructures routières (routes anciennes et étroites), mauvaise expérience avec les barrages, mauvais accueil, absence des loisirs, manque d'attraction, les habitants de la ville ne sont pas accueillants, une ville sale (manque de propreté), pas d'éclairage, manque d'infrastructures d'accueil, difficulté d'accès aux informations touristiques, les services ne sont pas de qualité, il existe des destination mieux que celle de Skikda à l'Ouest et au centre, ils préfèrent Collo et Jijel.

Quelques interlocuteurs ont déclaré qu'ils ne reviennent pas saufs s'il y aura des améliorations particulièrement touchant les infrastructures routières.

-VI.2-2- L'accessibilité technique et virtuelle en tourisme, un maillon important de la chaîne touristique à Skikda.

Les réponses de la question 2-A-1 montrent qu'en plus de l'importance du patrimoine (naturel, culturel et historique), la dualité technique et virtuelle du concept de l'accessibilité en tourisme est un maillon important de la chaîne touristique, elle offre au touriste la possibilité d'accéder à la destination avant et pendant le voyage (par l'intermédiaire de la circulation de l'information) et après son départ (par l'intermédiaire du déplacement effectif). La majorité des personnes interrogées s'informent avant la visite, ceci dit que l'information, la communication et la compréhension sont primordiales pour le bon déroulement de l'activité touristique. Les touristes montrent aussi leur intérêt pour les infrastructures de transport, la distance et l'état des infrastructures de transport sont des critères essentiels pour de nombreux touristes lorsqu'ils choisissent une destination.

Les réponses des questions 2-A-2 et 2-A-3 confirment ce que nous venons de dire dans l'analyse et l'interprétation des réponses de la première question, par rapport au rôle que doit accomplir les opérateurs touristiques. 71% des personnes interrogées ont eu recours aux gens qui ont déjà visité Skikda et non à une agence de voyage pour s'informer et réserver et..., et.... Une agence de voyage est normalement une entreprise qui fabrique et vend un produit touristique au touriste, le touriste algérien à son tour, doit apprendre à acheter un voyage.

Les réponses de la question 9 portent sur l'évaluation des moyens de transport public (accessibilité technique) selon quatre critères, 80% des personnes interrogées ont jugé mal le rapport distance parcourue/temps de parcours, pour venir et sur place, tandis que ce critère est essentiel dans le choix de la destination, plus une destination est accessible 'facilement' et dans un 'temps réduit', plus elle est fréquentée par les touristes.

-VI.2-3- Skikda ; une destination riche en ressources touristiques mais les produits touristiques sont peu variés.

Les chiffres que fournissent les réponses de la sixième question montrent que le tourisme à Skikda est limité à la saison estivale malgré la présence de gisements pouvant monter et développer des produits touristiques pérennes.

Le tourisme journalier à Skikda est faible selon les réponses de la question n° 07, cela s'explique de la manière suivante : il existe des touristes qui veulent passer une seule journée au bord de la plage et rentre chez eux le soir, c'est la cas des touristes constantinois, ils ne veulent pas fréquenter les hôtels surtout qu'ils sont toujours en famille (nombreux) et ce mode d'hébergement (hôtel) n'est pas fonctionnel pour eux, mais vu l'état mauvais des infrastructures

routières et de transport entre les deux villes, parfois ils passent plus de quatre heures de temps pour accéder à la ville surtout pendant l'été, alors, ils préfèrent passer trois jours ou plus et rentrer chez eux une fois pour toute.

Alors que les réponses de la question 13 montrent l'inexistence des éléments touristiques variés, les gens fréquentent Skikda seulement pendant l'été pour la baignade, tandis qu'elle possède d'autres types de potentialités pouvant développer le tourisme rural (gîtes rurales), montagnard et culturel.

Les éléments du patrimoine naturel et culturel sont souvent dispersés, et un site présente rarement, à lui seul, un intérêt qui mérite le déplacement; le regroupement permet, en revanche, grâce à des agrégations ou au tracé d'itinéraires, par exemple, de mobiliser une masse critique de visiteurs.

-VI.2-4- Skikda, une destination à potentiel touristique peu accessible.

Les réponses des questions 11 et 12 montrent que la partie Est de la ville celle du côté des plages Larbi Ben M'hidi est plus animée que la partie Ouest, cela s'explique par la faible accessibilité technique des plages de la partie Ouest contrairement à celle de la partie Est, d'ailleurs, la majorité des touristes venus de l'intérieur accède directement aux plages Larbi Ben M'hidi via la RN 44 et évite le long parcours embouteillé menant à l'ouest de la ville.

Le port de Skikda est très ancien, il date de l'époque phénicienne, ailleurs dans les pays portuaires touristiques comme nous avons vu dans l'analyse des exemples, les directions de tourisme et les opérateurs proposent aux touristes de profiter de la visite du port de pêche lors de leur séjour. Au niveau de la ville de Skikda, seulement 4% comme taux de fréquentation du port.

Les réponses de la question 08 montrent que les moyens de transport public ne sont pas développés et ne répondent pas à la demande des touristes et non touristes, ajouté à cela qu'il n'existe pas des moyens de transport spécifique à l'activité touristique, alors la majorité utilisent leurs propres moyens de transport, ce qui va engendrer les bouchons et les embouteillages, ce qui dégrade l'image de la ville et fatigue le touriste et les populations autochtones.

-VI.2-5- les structures d'accueil (Hébergement et restauration).

Suite aux réponses de la question n° 14, nous concluons que la forme d'hébergement adéquate qui répond à la demande du touriste algérien est celle de l'hôtel-appartement, nous devons fournir une cuisine. Ainsi qu'il est à éviter d'implanter des hôtels de cinq étoiles. Avec cette catégorie d'hôtels, on s'éloigne du tourisme populaire. Un hôtel de cinq étoiles n'est pas fait pour les vacances. La tendance est actuellement tournée vers le louage des appartements.

Sans omettre le manque des infrastructures d'hébergement au niveau de toute la wilaya y compris l'aire d'étude.

Concernant la cuisine régionale, la plupart des personnes interrogées ont parlé en répondant à la question n° 15 de la pizza, les tartes aux fraises et des poissons (restaurants spécialité poissons).

Par rapport à l'hospitalité des habitants de la ville et la communication avec eux, la majorité des personnes interrogées ont prédit que les habitants de Skikda sont réservés.

-VI.2-6- Skikda, le conflit entre tourisme et industrie. (Question n°10)

Après les années 70, Skikda a opté pour l'industrie pétrolière et gazière. Nous avons vu la naissance ou la création d'un port pétrolier pour le traitement et les exportations de gaz et de pétrole. En plus de cela l'aéroport a été supprimé. Il a été sacrifié au profit de la zone industrielle. C'est un handicap pour le tourisme. Déjà à Skikda de par sa géographie, il n'y a pas assez de routes. C'est-à-dire, pour aller autre part, il faut sortir de Skikda, faire un demi-tour et reprendre les directions d'Annaba, Constantine, Guelma, qui sont des wilayas limitrophes.

-VI.2-7- Synthèse.

Le tourisme ne connaît pas un essor considérable dans la ville de Skikda et le taux de fréquentation est faible en le comparant avec celui des villes côtières voisines.

A partir de l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire, nous établirons qu'en plus des attraits naturels et culturels déclenchant le fait touristique et qui ne manquent pas à Skikda, le développement d'un produit touristique durable et pérenne nécessite la prise en compte de plusieurs activités et services émanant de divers secteurs au sein d'un projet urbain touristique global à long terme menée d'une volonté de mise en œuvre de la part des responsables du tourisme qui doivent créer des partenariats et encouragent la participation de tous les acteurs concernés, qu'il s'agisse du secteur public, du secteur privé ou de la population locale.

Un projet urbain touristique pour Skikda qui doit commencer par la création d'une image et d'une identité propre à la ville de Skikda par les opérations de promotion et de marketing touristique.

Qui prend en compte la dimension technique de l'accessibilité touristique représentée par le système de transport (moyens et infrastructures), ce dernier permet d'accéder à la destination qu'est Skikda et le déplacement facile entre les ressources qui doivent être regroupées ;

Le dernier point que nous devons aborder ici concerne l'information virtuelle qui prend de plus en plus d'espace, notamment sur le web où s'expriment la concurrence imposée à travers les offres et les promotions par des sites spécialisés et certains bloggeurs intéressés qui réussissent souvent à capter l'attention des internautes et influencer leur choix quant à la destination de vacances pour laquelle ils peuvent opter.

-VI.3- Etude comparative entre la démarche du S.D.A.T de la wilaya de Skikda et celle du projet urbain.

-VI.3-1-Le projet urbain ; Présentation.

La notion de projet urbain présente un triple aspect cognitif, discursif et pragmatique, elle décrit le passage d'un urbanisme de certitude et de développement à un urbanisme stratégique de revalorisation, c'est d'abord un processus de reproduction de la ville sur elle-même, c'est-à-dire qui tient compte de l'existant (faire la ville sur la ville). Cette notion est venue à l'encontre de celle du projet architectural à grande échelle, qui se réduit à un processus technique figeant l'espace.

Outil de contrôle, qui dépasse les instruments d'urbanisme, le projet urbain est donc un projet fort, de qualité, porté et soutenu politiquement, rentable économiquement et opérationnel sur le terrain, il tient compte des compétences, des opportunités et de la faisabilité du projet (technique et financière).

Projet global non sectoriel, ayant une vision globale sur la réalité, le projet urbain tient compte du politique, de l'économique, du social, du culturel, et ainsi que du technique, il s'inscrit dans le court, moyen et long terme, accompagne le processus de transformation urbaine dans la durée, ne répond pas à une logique d'urgence, donc c'est un projet durable, ouvert et flexible, se conduit avec souplesse et adaptabilité, et peut intégrer les changements qui peuvent survenir, et faire face aux différents aléas (conjonctures politiques et économiques).

Le projet urbain est assis sur des bases de concertation, interpelle tous les acteurs de la ville y compris les habitants pour négocier le développement présent et future de leur ville, donc c'est aussi un projet sociétal qui intègre toutes les couches notamment les plus défavorisées, en favorisant la mixité sociale et urbaine.

-VI.3-1-1-Les caractéristiques du projet urbain.

Dans ses «*réflexions autour du projet urbain* » Marcel Roncayolo parle de cette place privilégiée accordée au “contexte”, qu’il qualifie de “notion connexe au projet urbain”¹ et Alain Charre, dans un autre article, en s’exprimant sur «*les nouvelles conditions du projet urbain* », confirme : « *Or, aucune situation locale spécifique ne peut espérer de solutions modèles. Le projet urbain suppose en lui-même un existant déterminant qu’il s’agit de reconnaître comme partenaire et non comme objet abstrait.* ». La principale caractéristique des projets urbains réside alors, dans le fait que chaque opération se nourrit des particularités propres au lieu d’intervention.

Face à cette diversité des situations et des opérations, quelques constantes sont tout de même observées :

- Complexité et globalité : Recouvrant une multiplicité de sens (mot “valise” ou “fourre-tout”), le projet urbain révèle une certaine complexité empêchant d’en restituer la portée, mais par contre témoigne de son caractère global. En ce sens, il s’oppose à toute idée sectorielle de l’aménagement, ayant caractérisé notamment «*les réseaux avec la création d’effets de coupure très nets entre villes et parfois à l’intérieur d’une même ville avec toutes les difficultés que cela comporte.* »²

- Ouverture et interdisciplinarité : Le projet urbain ne produit pas des modèles, mais il propose des méthodes ouvertes à une interdisciplinarité apte à intégrer la diversité et la complexité urbaine. « *Il ne peut donc être ni univoque ni fini...Il est une œuvre ouverte.*»³

- Dynamique et flexibilité : Par sa démarche, le projet n’est pas une image figée, mais se conçoit et se concrétise par «*...un processus non linéaire, dynamique, qui va et vient entre la formulation du problème et la formulation de la solution...* »⁴ Des allers et des retours permanents sont ainsi nécessaires entre interventions ponctuelles et projet d’ensemble lesquels se nourrissent réciproquement.

- Opérationnalité et diversité : «*Projet urbain non pas idée abstraite, non pas discours sur l’espace, mais projet physique, concret...* »⁵ Il se traduit par des actions concrètes ayant un impact direct et visible sur la ville et sur le citoyen. Il peut prendre des formes diverses : « *schéma stratégique à grande échelle, politique d’espaces publics, nouveaux quartiers et nouvelles centralités, régénération de quartiers en difficulté...* »⁶

¹ Marcel RONCAYOLO, op. cit. pp. 84-87.

² Patrizia INGALLINA, op. cit. 8-9.

³ Bernard HUET ; Cité par Alain CHARRE, op. cit. pp. 10-11.

⁴ Socratis STRATIS ; «La démarche de projet à l’échelle urbano-architecturale » ; In Mégapole n° 22 et dernier, 2001, p. 85.

⁵ Alain CHARRE, op. cit. p. 12.

⁶ Ariella MASBOUNGI ; « Le projet urbain à la française » ; In, Projets urbains en France.

- Médiation et négociation : Les termes sans cesse associés à la notion de projet urbain sont “concertation” et “négociation”. En effet, la ville est fabriquée grâce au « *jeu d'une multiplicité d'acteurs qui contribuent à une mise en forme de ses espaces. C'est à l'intérieur de ce jeu que la négociation a lieu en permettant au projet urbain d'être modelé au fur et à mesure pour s'adapter aux demandes sociales* ». ¹
- Portée et limite : Se manifestant par une conscience accrue des impacts du présent sur le long terme, le projet urbain se fait souvent dans la longue durée. Ceci multiplie les aléas : politiques, économiques ou autres, il s'avère donc indispensable de trouver comment le porter dans le temps.

-VI.3-1-2-Les enjeux du projet urbain.

Le projet urbain a donc une portée globale. Il ne se fige pas dans des schémas stricts, mais s'inscrit dans une finalité plus large. Cette dernière repose sur des enjeux sociaux, économiques et spatiaux qui varient selon les contextes et leurs spécificités.

Les enjeux sociaux :

Christian Devillers, architecte-urbaniste ouvert aux aspects sociaux, définit le projet urbain comme « *une démarche ayant pour but de rendre l'espace à l'usage* ». ² Les objectifs relevant de cette dimension sociale sont, par exemple :

- garantir une mixité sociale, en optant pour une mixité fonctionnelle,
- assurer l'accès aux équipements et services publics pour le plus grand nombre,
- impliquer les habitants dans la démarche du projet,
- favoriser la convivialité en aménageant des espaces publics de qualité,

Les enjeux économiques :

Dans ce cadre, le projet urbain est « *une démarche opérationnelle ayant pour objet la ville qui répond à une logique de marché* ». ³ Les enjeux économiques peuvent se décliner avec comme objectifs de :

- promouvoir le partenariat public-privé,
- intégrer les démarches de management et de marketing urbain,
- encourager l'implantation d'entreprises créatrices d'emplois,
- opter pour le commerce de proximité pour créer un esprit de quartier,

¹ Patrizia INGALLINA, op. cit. pp. 121-122.

² Christian DEVILLERS ; Cité par Patrizia Ingallina ; op. cit. p. 18.

³ Philippe GENESTIER ; Cité par Patrizia Ingalina, op. cit. p. 15.

- attirer les investissements privés pour le logement,
- inciter la mixité des activités,

Les enjeux spatiaux :

Ayant un aspect urbain, territorial, ou encore symbolique, les objectifs dans ce cas, peuvent se présenter comme suit :

- utiliser l'espace avec économie tenant compte des enjeux environnementaux,
- prioriser la régénération urbaine en fabriquant la ville sur la ville,
- définir une occupation du sol garantissant une cohérence urbaine et territoriale,
- créer un maillage qui respecte la logique du tracé existant,
- améliorer l'image des paysages urbains et du territoire.

-VI.3-1-3-Les échelles du projet urbain.

Dans une étude intitulée « *Eléments pour comprendre le projet urbain* », Nicole Bachofen, en abordant le projet urbain et ses deux dimensions politique et spatiale, conclut que « *l'intervention en un point de la ville sera d'autant plus pertinente qu'elle s'inscrira dans une stratégie globale* ». ¹ Pour la construction ainsi de tout projet, elle met l'accent sur la pertinence de l'approche de deux échelles territoriales : celle de l'aire urbaine et celle des micro-territoires qui la composent. Les interrogations soulevées à ces deux niveaux sont différentes et les projets qui les concernent se font avec des logiques, des temporalités et des acteurs distincts.

L'échelle des micro-territoires par son niveau renvoie à des aspects tels que l'ancrage des individus dans leurs quartiers, les possibilités d'appropriation des espaces de proximité...alors que l'échelle de l'aire urbaine renvoie à des territoires plus vastes, où il s'agit des parcours, des repères, des réseaux, des rapports entre centre et périphérie, des relations des différents pôles entre eux...

Partant du constat que les deux échelles, depuis longtemps, ayant été envisagées selon des optiques séparées - d'une part, la planification à l'échelle des aires urbaines et d'autre part, le projet architectural à l'échelle des micro-territoires- une démarche visant à en penser l'articulation s'est avérée indispensable. Nicole Bachofen expose ainsi ce problème auquel s'est

¹ Nicole BACHOFEN ; «Eléments pour comprendre le projet urbain », p.7.

heurté la conception urbaine et parle de ‘‘chaînon manquant’’. C’est exactement à ce niveau ‘‘intermédiaire’’¹ qu’apparaît l’opportunité du projet urbain...

Par ailleurs, ‘‘les échelles du projet urbain’’ sont traitées, par Patrizia Ingalina, en s’appuyant sur le constat «... *que la notion de projet urbain est actuellement largement employée en planification où elle tend à se substituer à la notion de plan...* »² Pour en déduire que la question des échelles du projet urbain renvoie directement à celles de la planification, c’est-à-dire les niveaux où se décident les politiques d’aménagement.

-VI.3-2-Le Schéma Directeur d’Aménagement Touristique de Wilaya (S.D.A.T.W).

Le schéma directeur d'aménagement touristique de wilaya est établi autour des quatre (04) objectifs suivants :

- 1- Objectif politique : quel type de tourisme avec quel support à l'activité touristique pour quel territoire ?
- 2- Objectif de durabilité : au regard des nouvelles attentes de la clientèle touristique et des tendances constatées, tout schéma touristique doit dorénavant s'inscrire dans les valeurs partagées comme développement durable, la promotion sociale, la rentabilité des investissements,
- 3- La mise en œuvre de « la Qualité Tourisme » par l'amélioration des prestations et la réhabilitation des établissements hôteliers.
- 4- Objectif opérationnel : la mise en œuvre du SDATW par un plan d'actions.

-VI.3-2-1-Echelle d'intervention du SDATW.

L'étude du Schéma Directeur d'Aménagement touristique de la Wilaya doit prendre en compte les quatre (04) niveaux d'intervention :

1-Le niveau National en se référant Aux orientations de la loi, aux lignes directrices du SNAT, aux objectifs du SDAT traduits à travers les cinq dynamiques pour la mise en tourisme de l'Algérie; aux orientations du SDAL.

2-Le niveau régional en s'inscrivant dans le cadre des orientations du SRAT.

3-Le niveau Wilaya, en s'inscrivant dans le cadre des directives d'aménagement et de développement durable du territoire arrêtées par le PAW.

¹ Marcel Roncayolo reconnaît ainsi ce niveau : « ...le projet urbain d’aujourd’hui ne peut guère être identifié à une forme globale de la ville...C’est à des échelles intermédiaires que l’urbain se définirait à l’égard de l’architectural... », op. cit. p. 85.

² Patrizia INGALLINA, op. cit. p. 20.

4-Le niveau local, en définissant les orientations par zone d'aménagement touristique identifiée en tenant compte des orientations d'aménagement pour les PDAU des communes.

-VI.3-2-2-Le contenu de l'étude du Schéma d'Aménagement touristique de Wilaya.

Se référant au SDAT, la démarche d'investigation retenue au niveau SDATW doit permettre de réaliser une évaluation de la situation de chacun des domaines liés à l'activité touristique et d'apporter une réponse précise et prospective aux axes d'intervention qu'il faudra privilégier.

-VI.3-2-3-Les domaines d'intervention.

- L'aménagement et l'environnement
- Les hébergements et la restauration
- Les secteurs d'appui (transport, infrastructures, TIC, etc.)
- Les produits touristiques et les réceptifs
- L'éducation et la formation
- La promotion et la commercialisation
- Les entreprises et l'impact socio-économique du secteur du tourisme
- La stratégie marketing et de communication
- La sensibilisation et (la promotion des Partenariats publics /privés)
- La gouvernance

D'une manière générale le S.D.A.T.W doit s'inscrire dans les directives d'aménagement définies par le S.N.A.T, traduire au niveau local les cinq dynamiques du S.D.A.T et prendre en charge les options d'aménagement arrêtées dans le P.A.T.W et les autres instruments de planification territoriale (P.D.A.U).

-VI.3-2-4-Les axes de réflexion développés.

-La conduite d'une politique d'aménagement touristique équilibrée du territoire

Valorisant les multiples potentialités de la wilaya, en adéquation avec les pratiques et les attentes des clientèles locales et extérieures.

La réussite du développement du tourisme et des loisirs passe par une politique harmonieuse et dynamique d'aménagement de l'espace, véritable cadre de référence de l'action publique et privée, pour cela, le S.D.A.T.W devra :

- Anticiper la croissance touristique extérieure ainsi que le développement du tourisme interne, en tenant compte de la capacité du territoire à supporter et à gérer ces flux supplémentaires,

- Développer une véritable gestion intégrée du tourisme,
- Promouvoir un tourisme destiné aux visiteurs et aux résidents, en adéquation avec les besoins parfois semblables, parfois différents, des clientèles,
- Etablir une véritable structuration de l'espace, en évitant l'éparpillement des projets et les concurrences intra régionales, nuisibles à la lisibilité de l'offre, garantir le dépaysement et l'authenticité de la wilaya, pour éviter la banalisation de la destination, fédérer les différents acteurs, privés et institutionnels.

-Assurer un développement durable du secteur touristique

En renforçant les actions de protection et de valorisation touristique des espaces naturels et des paysages , avec un souci permanent de préservation des écosystèmes fragiles, en allégeant la pression sur les sites sur-fréquentés, en portant une attention particulière aux politiques d'environnement et réduction de consommation d'énergie, en proposant des solutions de généralisation des énergies renouvelables, en apportant des réponses alternatives aux besoins d'espaces de détente et de loisirs, et en améliorant les modalités de déplacement interne.

-Améliorer la fréquentation touristique

Le rythme de développement touristique demeure insuffisant pour répondre aux besoins du développement économique de la wilaya et par voie de conséquence du pays, notamment en terme de création de nouveaux emplois et de pérennité des entreprises activant pour le du secteur du tourisme.

-Renforcer le développement de l'offre et de la demande touristique intérieure

La demande touristique intérieure est la condition primordiale pour assurer un développement touristique équilibré et intégré. L'état des lieux du SDAT a montré que le développement de l'offre d'hébergement touristique est très faible et se concentre sur quelques wilayas seulement. Elle se concentre jusqu'à présent sur l'offre hôtelière plutôt que sur d'autres formes d'hébergements qu'il faudra promouvoir. Il convient de rechercher dans quelle mesure cette évolution correspond aussi aux besoins de la demande touristique intérieure. Le S.D.A.T.W devra permettre de définir les axes de développement de l'offre touristique en adéquation avec la demande.

Initier une réelle diversification de la fréquentation touristique extérieure

Le captage et la diversification des clientèles touristiques doivent constituer un axe majeur d'intervention, il convient d'engager de nouvelles réflexions stratégiques pour assurer la promotion touristique sur les marchés intérieurs et extérieurs, en identifiant précisément les cibles, les programmes d'actions nécessaires, et les moyens y correspondant.

En s'appuyant sur la démarche marketing et de promotion de l'image touristique du pays, les offices locaux du tourisme devront accompagner l'ONT et servir de support à la valorisation de la destination de leur wilaya.

Réaliser une adéquation inter sectorielle de développement

-VI.3-2-5-La démarche méthodologique.

Etat des lieux et diagnostic territorial.

Le diagnostic territorial ne doit en aucun cas se limiter à des constats et des compilations quantitatives sur le secteur du tourisme de manière exclusive ; privilégiant l'approche systémique, il doit permettre l'évaluation du territoire et déboucher sur la prospective, avec des propositions en termes de projets réalisables dans un futur proche.

L'analyse du secteur du tourisme dans sa dimension territoriale ne doit pas être classique et présentée sous forme d'une monographie lourde de tout l'espace de la Wilaya. Il ne s'agit pas de refaire le plan d'aménagement du territoire de la Wilaya elle doit cibler les éléments en rapport avec le sujet du tourisme. L'analyse du territoire passe par celle de l'offre et de la demande de ce territoire en matière de tourisme. La ressource du tourisme tient aux attraits d'un territoire que le touriste cherche à percevoir (les territoires chargés d'histoire, les curiosités paysagères, les sites de bien être...).

Les enjeux de l'aménagement et du développement touristique.

Il s'agit notamment des enjeux suivants :

- Enjeux d'aménagement et de protection de l'environnement,
- Enjeux de développement local, création d'emplois et de dynamisation des autres secteurs de l'activité économique et sociale liée au secteur du tourisme.
- Enjeux de valorisation du patrimoine matériel et immatériel et d'implication sociale des populations dans la valorisation et la protection du patrimoine.
- Enjeux de gouvernance, d'organisation institutionnelle, de mise en réseau des acteurs pour la mise en œuvre du SDATW

Le Projet du Schéma d'aménagement touristique retenu pour la Wilaya.

Le projet d'aménagement touristique retenu pour la Wilaya doit être en conformité avec les 5 dynamiques du S.D.A.T, et les options d'aménagement du territoire définies dans le P.A.W.

Le programme d'action de mise en œuvre du Schéma d'Aménagement de la Wilaya.

Les Grandes Thématiques du SDATW.

La démarche d'étude s'organise autour des thématiques suivantes:

- Rappel de la dimension sociale de la wilaya (démographie, formation service à la population), le développement humain.
- L'offre et la demande touristiques (caractérisation des différents types d'offres et des profils des touristes)
- L'environnement, le patrimoine et le cadre de vie (ressources naturelles, patrimoine, aires protégées, changements climatiques, pollutions, risques majeurs, cadre de vie des citoyens).
- Les territoires à vocations touristiques réglementés.
- Les zones d'aptitude touristique à identifier.
- Les problématiques foncières liées au développement du tourisme
- Les infrastructures et leurs impacts sur les territoires et les projets touristiques (transport, énergie, Télécommunication), ressource en eau et grands équipements.
- Le domaine économique et le secteur du tourisme (activités touristiques, emploi, services, banques...).
- Les T. I. C et les accélérateurs.
- les acteurs du tourisme au niveau de la wilaya.
- L'évaluation des politiques touristiques existantes au niveau de la wilaya

Contenu et phasage de l'étude.

L'étude du SDATW est élaborée en cinq phases:

-Phase 1 : Rapport d'établissement- lancement de l'étude

Cette phase préparatoire donne le détail des prestations d'études et les modalités d'organisation de la collecte de l'information, le déroulement de la concertation et les rendus.

Elle permet la mise en place au comité de suivi, la précision des termes de référence de l'étude et le calendrier de rencontre avec le bureau d'étude.

-Phase 2: Etat des lieux - Diagnostic prospectif

- Evaluation du secteur du tourisme et son impact sur le territoire durable
- Les enjeux du secteur du tourisme par rapport aux instruments d'aménagement et de développement durable du territoire (SNAT, SDAT, SRAT, PA W)
 - Les tendances lourdes
 - Synthèse, base de données A. F.O.M

Dans cette phase, il s'agit de l'établissement d'un état des lieux du tourisme de la wilaya visant notamment à identifier:

- les atouts, les vocations et les problématiques spécifiques au secteur du tourisme au niveau de la wilaya.
- l'état de préservation, d'utilisation et de valorisation des territoires et des sites touristiques. (plages, ZEST, sites, gites thermalisme etc.) et des conflits d'usage qui peuvent être induits par l'occupation des territoires par les hommes et les activités (patrimoines matériels, et immatériels, eau, sol, écosystème, urbanisations des zones touristiques, savoirs faire locaux...)
 - l'évaluation des politiques touristiques au niveau de la wilaya
 - L'état, l'organisation et les conditions d'exercice des activités touristiques....

Phase 3 : Perspectives de développement et stratégies d'Aménagement touristique.

A partir des réalités de la wilaya et à travers ses atouts et ses contraintes, l'étude doit identifier les enjeux qui se posent au secteur du tourisme à moyen et long termes, et définir un ensemble d'orientations en cohérence avec le SDAT, le SRAT et le P A W, les Schémas Directeurs Sectoriels, le cas échéant le S.D.A.A.M concerné et des propositions d'actions pertinentes issues de la concertation au niveau de la wilaya.

Dans cette phase il sera question des stratégies de développement et d'aménagement touristique fondés sur les cinq dynamiques arrêtées par le SDAT.

Phase 4 : stratégie retenue :

La stratégie retenue pour l'aménagement touristique de la wilaya, sera traduit par un Plan d'actions en tenant compte des horizons et des séquences temporelles précises.

Dans cette phase, des programmes d'actions prioritaires sont ainsi préconisés pour répondre aux enjeux identifiés, ainsi qu'aux problématiques majeures posées et l'évaluation des moyens économiques et financiers à mobiliser.

De par leur ampleur, leur complexité et leur caractère transversal, les programmes d'actions du S.D.A.T.W, doivent mobiliser des acteurs multiples: Etat, collectivités locales, opérateurs publics et privés, société civile....

Phase 5 : stratégie d'aménagement touristique de la Wilaya et programme de mise en œuvre.

La phase finale de l'étude consiste en la remise du rapport qui ne sera définitif, qu'après son acceptation par le comité de suivi et son adoption par l'assemblée populaire de wilaya.

Cette phase sera complétée par la mise en place du tableau de bord de suivi et d'évaluation qui contient les indicateurs, l'agenda, les fiches techniques, qui doivent être en conformité avec les canevas et définitions en vigueur.

Chaque phase de l'étude est présentée sous forme de rapports écrits et d'atlas cartographiques à l'échelle appropriée.

-VI.3-1-Synthèse de l'étude comparative.

A partir de l'année 2007, l'Algérie à travers l'administration centrale chargée du tourisme accorde une grande importance au développement du tourisme, après l'échec des différentes politiques ou essais, de désamorcer la situation catastrophique et de blocage que subit le secteur. Elle tente de mobiliser tous les acteurs des différents secteurs inhérents au tourisme et des professionnels du domaine.

En février 2008, et ce après des mois de préparation, la stratégie de développement touristique à l'horizon 2025 est exposé aux différents acteurs participants aux assises nationales et internationales du tourisme, plus de 1000 acteurs entre professionnels du secteur et de ceux annexes au tourisme, venus de toute l'Algérie et des différents pays touristiques européens, cette stratégie sous forme de Schéma directeur d'aménagement touristique à l'horizon 2025 vise à développer le tourisme en deux échéances, l'amorce de la destination Algérie à l'horizon 2015 et la mise en tourisme à l'horizon 2025.

Depuis les assises du tourisme, certaines mesures sont prises et sont favorables au développement du tourisme, les lois pour la promotion du tourisme ne manquent pas, mais on est encore loin des attentes et des objectifs définis préalablement.

Ce retard est l'une des conséquences des années de terrorisme, sans omettre que l'environnement politique, économique et social ne sont pas encore viabilisés pour le développement du tourisme, ajouté à cela, la priorité de l'état au tourisme n'est pas visible sur le terrain, ça reste que de simples et habituelles déclarations sans suite logique de mesures concrètes.

Le premier indicateur à confirmer toutes nos analyses est la part faible et en net recul du Tourisme dans le PIB pour ces deux dernières années. De même, au niveau de l'aire d'étude, la part d'emploi la plus faible est celle du secteur touristique.

En réalité et après étude du contenu du Schéma directeur d'aménagement touristique national ainsi que celui de la wilaya, nous établirons qu'en fait à part le constat véritablement amère et réel dressé, la plupart des axes stratégiques sont calqués sur certaines stratégies de pays touristiques, ce qui prouve encore le travail peu convaincant fait par le comité de préparation de ladite stratégie.

Une stratégie doit être la suite d'un constat, d'une réflexion appropriés à engager pour un développement pérenne et ce pour exécution par le biais de plans d'actions. La stratégie du développement du tourisme doit être résultante de la politique de développement élaborée à cet effet or aucune politique de développement du tourisme n'est élaborée, grillant par de là même cette étape incontournable pour la réussite de tout développement.

De plus, nous relevons l'absence d'une stratégie continue en la matière. Chaque ministre arrive avec une nouvelle stratégie qui divorce avec la stratégie précédente, raison pour laquelle les projets touristiques n'arrivent toujours pas au bout de leur chemin.

Nous n'avons pas une banque spécialisée dans le développement du tourisme, comme ça se fait ailleurs. La corruption et la bureaucratie sont aussi un facteur qui bloque souvent les projets d'investissement en matière de tourisme, et font même fuir les investisseurs.

Nous évoquons aussi le problème du déficit en matière de personnel qualifié.

Enfin, les opérateurs ont accusé les directions du tourisme et des responsables de faire dans le favoritisme au détriment du professionnalisme. Ils donnent des projets d'investissement dans le domaine du tourisme à des gens qu'ils connaissent, sans se soucier s'ils s'agissent de professionnels ou pas.

A propos de la démarche d'étude du SDATW et dans une étude comparative avec celle du projet urbain, nous signalons que La démarche du SDATW est en troisième phase, elle est assise sur des bases de concertation, mais qui n'interpelle pas les habitants pour négocier le développement touristique présent et futur de leur ville, tandis que le Projet urbain est un projet sociétal qui intègre toutes les couches.

En final, le tourisme en Algérie en général et à Skikda d'une façon particulière subit certains freins, son développement nécessite une réelle volonté politique de l'état de développer ce secteur et ainsi d'établir une politique touristique proprement dite, suivie d'une stratégie et de plans d'actions. Certainement, le tourisme en Algérie, ce ne sera pas pour demain, 2025, 2030 sont des échéances qui sont proches, il faut mener un travail de longue haleine sur plusieurs années pour viabiliser le terrain socialement, économiquement et culturellement pour une acceptation du tourisme par les populations autochtones, des mesures de facilitation pour le développement du tourisme (mesures d'exonérations fiscales, facilité d'accès au foncier, assistance administrative aux investisseurs, ouverture du secteur du transport aérien à la libre concurrence, etc.) et une prise de conscience de l'importance du tourisme sur l'équilibre économique des zones touristiques en matière de rayonnement et de l'élévation du niveau de vie.

-Conclusion.

Dans ce chapitre, nous avons procédé à une récapitulation et un classement des différents faiblesses et menaces recensés au cours de l'état des lieux des différents composants de l'accessibilité touristique et il s'est avéré l'existence de nombreux obstacles au développement touristique sur lequel on peut intervenir notamment dans les structures de bases, les transports, l'environnement et les structures touristiques.

Le développement d'un tourisme durable à Skikda ne peut se faire qu'après la résolution des problèmes existants, c'est pourquoi nous préconisons une action en deux étapes : en premier lieu une remise à niveau des structures de la ville de Skikda (aire d'étude) pour qu'elle soit au niveau des destinations touristiques internationales, avant d'œuvrer en second lieu à la promotion de l'activité touristique en elle-même.

Toutes ces actions seront effectuées par différents projets urbains opérationnels ou architecturaux, agissant à différentes échelles.

-Conclusion de la troisième partie.

Dans cette dernière partie, nous avons procédé dans un premier temps à une récapitulation et une analyse des différentes faiblesses et menaces, force et opportunités recensées au cours du diagnostic territorial par l'AFOM. Dans un second temps à partir de l'analyse des résultats de l'enquête par questionnaire, il s'est avéré que la ville de Skikda possède de nombreuses potentialités, grâce auxquelles, elle peut garantir son développement touristique, si elle peut intervenir dans les structures de bases, les transports, l'environnement et les structures touristiques pour diminuer ses faiblesses.

nous établirons ainsi qu'en plus des attraits naturels et culturels déclenchant le fait touristique et qui ne manquent pas à Skikda, le développement d'un produit touristique durable et pérenne nécessite la prise en compte de plusieurs activités et services émanant de divers secteurs au sein d'un projet urbain touristique global à long terme menée d'une volonté de mise en œuvre de la part des responsables du tourisme qui doivent créer des partenariats et encourager la participation de tous les acteurs concernés, qu'il s'agisse du secteur public, du secteur privé ou de la population locale.

Un projet urbain touristique pour Skikda qui doit commencer par la création d'une image et d'une identité propre à la ville de Skikda par les opérations de promotion et de marketing touristique.

Qui prend en compte la dimension technique de l'accessibilité touristique représentée par le système de transport (moyens et infrastructures), ce dernier permet d'accéder à la destination qu'est Skikda et le déplacement facile entre les ressources qui doivent être regroupées.

Le dernier point que nous devons aborder ici concerne l'information virtuelle qui prend de plus en plus d'espace, notamment sur le web où s'exercent la concurrence imposée à travers les offres et les promotions par des sites spécialisés qui réussissent souvent à capter l'attention des internautes et influencer leur choix quant à la destination de vacances pour laquelle ils peuvent opter.

CONCLUSION GENERALE.

Conclusion générale.

Au terme de cette réflexion, il est possible d'apporter quelques éléments de réponse aux principales interrogations de ce travail : Skikda peut-elle être une destination touristique privilégiée ? Si oui, quels sont les freins qui l'empêchent de le devenir ? Quelles seraient les démarches pour promouvoir le tourisme à Skikda ? Et quels seraient les types de tourisme à développer ?

La réponse à ce questionnement a conduit à tester l'hypothèse suivante : la prise en compte de l'accessibilité touristique dans un grand projet urbain serait une action dans une démarche pour booster le tourisme à Skikda dont l'articulation conduit à esquisser le profil touristique à développer et situer par là les contraintes qui empêchent l'évolution de l'activité touristique.

Nul ne peut ignorer de nos jours le rôle capital que le tourisme peut jouer en tant que moteur de développement économique et social des pays. Non seulement dans l'industrie touristique elle-même mais aussi par effets d'entraînement dans d'autres secteurs. Pour Skikda, le tourisme peut jouer un rôle déterminant dans le développement économique surtout que la rente pétrolière et gazière n'est pas durable.

Les révolutions perpétuelles des transports et plus récemment, la révolution technologique majeure ont en grande partie bousculé le tourisme. En effet, les améliorations des transports, des infrastructures, des instruments de navigation et des technologies comme l'internet vont marquer définitivement l'évolution de l'organisation touristique.

La réussite du produit touristique implique, d'une part, le développement des systèmes de transport car ils offrent aux touristes la possibilité d'accéder à la destination, et d'autre part, les systèmes de diffusion d'informations. Les touristes cherchent l'information sur leurs prochaines vacances. Celle-ci suppose l'accès virtuel à la destination touristique. L'accessibilité physique, virtuelle, matérielle ou informationnelle, voire l'accessibilité touristique est un aspect qui compte beaucoup pour le touriste contemporain.

Le projet urbain est une nouvelle démarche pour agir sur la ville et d'être capable de mettre en application une politique de développement touristique par un projet de ville. C'est une démarche qui implique tous les acteurs (politiciens, administrateurs, investisseurs, société civile et usagers...), une démarche interdisciplinaire qui rassemble toutes les compétences requises (architectes, urbanistes, géographes, aménageurs, sociologues, économistes...) autour et pour la réussite du projet de développement d'un tourisme durable à Skikda. Davantage

Définie comme la plus ou moins grande facilité avec laquelle il est possible de se rendre en un lieu ou de partir d'un lieu (car elle comprend la mobilité notion liée au déplacement), d'obtenir un service dans un temps donné et d'utiliser les biens et les services offerts par ce lieu (car elle comprend la communication et la compréhension notions liées à l'échange d'information), la question de l'accessibilité des lieux pour leur mise en tourisme semble avoir de l'importance. D'une part, pour le développement, la promotion et le renforcement de l'attractivité touristique parce qu'un manque d'accessibilité peut entraîner une perte d'une clientèle potentielle. D'autre part, pour répondre aux enjeux du projet urbain par ce qu'il n'est pas seulement la projection d'un aménagement souhaité mais il est aussi porteur d'enjeux sociaux, économiques, urbains et territoriaux. La mise en accessibilité des territoires devient un enjeu important pour les acteurs du tourisme et du territoire.

Le choix d'une aire d'étude pertinente est une étape qui précède l'évaluation de l'accessibilité touristique, elle précise le périmètre à l'intérieur duquel s'applique le projet urbain et donc le diagnostic. Ce choix a abouti sur la ville de Skikda, car elle offre le plus d'éléments à diagnostiquer par rapport au sujet de l'accessibilité touristique, une grande quantité et diversité d'attraits touristiques et un statut administratif reconnu.

La mise en pratique du diagnostic commence par un état des lieux sur l'accessibilité touristique suivant cinq dimensions : environnementale, socio culturelle, technologique, économique et politique, et cela à travers l'étude de ces indicateurs : attraits naturels et culturels, structures d'accueil et structures intermédiaires (offices de tourisme, agences de voyage...), et enfin les systèmes de transports et services d'informations.

Le recensement des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces découverts lors de la phase précédente, une lecture des résultats analysés des entretiens effectués avec les acteurs touristiques de la ville et des résultats de l'analyse du marché destiné (la demande) est la deuxième phase du diagnostic ainsi qu'une étude comparative entre la démarche de la stratégie de développement touristique de la wilaya de Skikda définie par le SDATW avec celle du projet urbain constituent la deuxième phase du diagnostic.

L'étude que nous avons menée a permis de mettre en évidence le fort potentiel touristique de Skikda, et qui consiste non seulement en ses nombreux attraits et atouts touristiques divers (une façade maritime de plus de 31 Km, un patrimoine, historique et culturel riche, la présence de forêts et de montagnes) mais aussi en sa position stratégique (le débouché, historique, naturel et économique de l'Est algérien, c'est le gouvernail de l'Est).

Le diagnostic a aussi mis en exergue des défaillances et des manques dans divers secteurs liés au tourisme et à l'environnement (hôtellerie, assainissement et gestion des déchets...), le manque d'infrastructures routières (routes anciennes et étroites), l'absence d'une réelle stratégie de promotion touristique au niveau de Skikda ainsi que le faible développement de l'activité touristique actuelle.

Notre diagnostic sur l'accessibilité touristique dans une démarche de projet urbain nous révèle aussi l'importance du projet de l'autoroute Est/Ouest constituant un enjeu majeur, et à plusieurs titres. Pour Skikda, c'est une pièce maîtresse de développement par la mise en lien de leurs atouts compétitifs.

En conclusion, cette étude démontre que Skikda possède les potentialités requises qui lui permettent de prétendre le développement du tourisme, en intervenant sur l'accessibilité touristique qui veille au développement de nouvelles techniques de transport ou le perfectionnement des techniques existantes et à la création et l'amélioration des services d'information et de promotion touristiques, inscrite au sein de la démarche du projet urbain garant d'une planification adaptée et de bonne gouvernance.

BIBLIOGRAPHIE.

- BAKIS H. *Les réseaux et leurs enjeux sociaux*, Paris, PUF, coll. Que sais-je ? n°280, 1993, 106p.
- BEREZOWSKA-AZZAG Ewa. *Projet Urbain Guide Méthodologique : connaitre le contexte de développement durable* (volume I), Alger, synergie, 2012, 245 pages.
- BEREZOWSKA-AZZAG Ewa. *Projet Urbain Guide Méthodologique : comprendre la démarche du projet urbain* (volume II), Alger, synergie, 2012, 387 pages.
- BONNET M. et DESJEUX D. *Les territoires de la mobilité* - Presses universitaires de France, 2000.
- BOYER Marc. *Le tourisme de masse*, s.l, l'Harmattan, 2007, 165 pages.
- CARRIERE Jean-Paul. *Villes et projets urbains en méditerranée*, s.l, presses universitaires François-Rabelais, 2002, 135 pages.
- CAZES George et POITIER Françoise. *Le tourisme urbain*, Paris, PUF, 1996, 127 pages.
- CHARLOT-VALDIEU Catherine et autre. *L'urbanisme durable : concevoir un éco-quartier*, Paris, nom de l'éditeur, 2009.
- CÔTE Marc, *L'Algérie (ou l'espace retourné)*, Media-Plus, Constantine, 1993, 362 p.
- CÔTE Marc, *Constantine cité antique ville nouvelle*, Media-Plus, Alger, 2006.
- DEZERT B. *Transports et organisation de l'espace*, SEDES, 1976, 162 p.
- GREGORY Derek et al. *The dictionary of human geography*, U.S.A, Blackwell Publishing Ltd, 1052 pages.
- INGALLINA Patrizia. *Le projet urbain*, Paris, PUF, 2010, 127 pages.
- LAMAND Thomas. *Ville, urbanisme & tourisme*, s.l, Editions Espaces tourisme & loisirs, Mars 2010.
- LOZATO-GIOTART Jean-Pierre et al. *Management du tourisme : territoires, offres et stratégies*, s.l, Pearson éducation, 2012.
- LOZATO-GIOTART Jean-Pierre et al. *Management du tourisme : les acteurs, produits les marchés et les stratégies*, Pearson, 2004, p. 343
- MASBOUNGI Ariella. *Projets urbains en France*, France, le moniteur, 2002.
- MASBOUNGI Ariella. *Projets urbains durables*, France, le moniteur, 2012.
- MERLIN Pierre, CHOAY Françoise, *Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement*, PUF, Paris, 1988.
- STOCK Mathis et al. *Le tourisme : Acteurs, lieux et enjeux*, Belin, 2004, 304 pages.
- TESSA Ahmed, *Économie touristique et aménagement du territoire*, ed OPU, Alger, 1993.

-TOUSSAINT Jean-Yves, ZIMMERMANN Monique (dir.), *Projet urbain : ménager les gens, aménager la ville*, coll. Architecture + Recherche, Éditions Mardaga, Paris, 1998, 202 p.

REVUES.

-BOUCHEREB Mounira et BOUALEM Kadri. «Le rôle du projet urbain dans la fabrication de la destination touristique métropolitaine au Maghreb». *Revue espaces*, (Septembre 2011), 10 pages.

-Decoupigny Fabrice. « Effets de la structure d'un réseau sur les circuits de déplacements : Applications au réseau d'accueil touristique de l'arrière pays niçois» *UMR ESPACE*, 18 pages.

-JOLIN Louis. « L'Accessibilité au tourisme: Une conquête inachevée! », *Téoros* [En ligne], 22-3 | 2003, mis en ligne le 01 avril 2012. URL : <http://teoros.revues.org/1657>.

-JOLIN Louis et PROULX Luce. « L'ambition du tourisme social : un tourisme pour tous, durable et solidaire ! », *Revue Interventions économiques* [En ligne], 32 | 2005, (mis en ligne le 01 juillet 2005), URL : <http://interventionseconomiques.revues.org/868>.

-KAUFFMANN Vincent et LEVY Jacques «Mais où est donc passé l'espace?». *Polyrama* 122.

-LEQUIN Marie et CARRIÈRE Jean-Bernard, « Planification de l'accessibilité à l'expérience globale en écotourisme », *Téoros* [En ligne], 22-3 | 2003, mis en ligne le 01 avril 2012, URL : <http://teoros.revues.org/1739>.

-Métropolisation et grands équipements structurants, presses universitaires du Mirail, Corinne Siino, Florance Laumière et Frédéric Leriche.

-SORUPIA Eden. Rethinking the role of transportation in tourism, Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies, Vol. 5, pp. 1767 - 1777, 2005.

THESES DE DOCTORAT.

- ALDEBERT Bénédicte. Technologies de l'information et de la communication et innovation : Implications organisationnelles et stratégiques dans les entreprises touristiques des alpes maritimes, thèse de doctorat, NICE, université de NICE-SOPHIA ANTIPOLIS, Décembre 2006.

- BEN MASSOU Mohamed. Quel tourisme pour le Maroc dans le cadre d'une société des réseaux ? Le cas de la région de Marrakech-Tensift-Alhaouz, thèse de doctorat, Marrakech, Ecole doctorale DEGEST, Avril 2011.

-MERCIER Aurélie. Accessibilité et évaluation des politiques de transport en milieu urbain : le cas du tramway Strasbourgeois, Lyon, Université Lumière Lyon 2, thèse de doctorat, 2008, 304 pages.

-THEVENIN Thomas. Quand l'information géographique se met au service des transports publics urbains : une approche spatio-temporelle à l'agglomération bisontine, thèse de doctorat, université de Franche Comté, 2002.

MEMOIRES DE MAGISTER

-ACHERARD Sabrina. Métropolisation et territoires préférentiels de la mondialisation en Algérie. Le cas de Constantine, mémoire de magister, option urbanisme. Constantine, Université des frères Mentouri à Constantine.

-AXENT Mihaela. Système de transport et tourisme -interaction et évolution- : *Moyens et infrastructures de transport entre nécessité et plaisir*, mémoire de Master Recherche, France, Université du Havre en France, Septembre 2006.

-BELBACHA Mohamed Lamine. La capacité de charge touristique au sein de la démarche du projet urbain pour un tourisme durable : cas de Constantine, mémoire de magistère, Constantine, université de Constantine, Juin 2011.

-HADEF Rachid. Quel projet urbain pour un retour de la ville à la mer, cas d'étude : Skikda, mémoire de magistère, Constantine, université de Constantine, 2008.

-HEUSKOVA Aneta. Comment adapter l'offre du produit touristique Tchèque au profil du touriste Français, mémoire de master professionnel, Paris (Panthéon), Université de Sorbonne, 2011.

-ZEGGANE Kamel, Offre touristique en Algérie : cas de la wilaya de Tizi-Ouzou, thèse de magister, université d'Alger, 1999.

WEBOGRAPHIE

-Accessibilité. «Infrastructures et services dans les zones de Montagne» [enligne]. http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/studies/pdf/montagne/mount8_fr.pdf (consulté le 16/11/2013).

-«Améliorer l'accessibilité du territoire wallon et gérer la mobilité» [enligne]. <http://cpdt.wallonie.be/sites/default/files/pdf/f3.pdf> (consulté le 06/04/2014).

-BIGRAS Yvon et DOSTALER Isabelle. «Tourisme et transport : vers une vision intégrée». *Téoros* [En ligne], (2014). URL : <http://teoros.revues.org/2218> (consulté le 02/04/2014).

-BONNEL Thomas. « La notion d'accessibilité ». [En ligne] http://www.fig.net/pub/fig2011/papers/ts05a/ts05a_bonnel_4884.pdf (consulté le 23/09/2013).

- COMMISSION EUROPÉENNE. « Pour un tourisme urbain de qualité — La gestion intégrée de la qualité (GIQ) des destinations touristiques urbaines » [enligne]. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=523 (consulté le 16 Juin 2013).
- «Conception de l'offre touristique» [enligne]. http://www.tourismes.info/Tourisme_europeen/Offre.pdf (consulté le 23/06/2013).
- DELAPLACE Marie, «Le tourisme dans les villes moyennes : vers des politiques coordonnées» [enligne].<http://www.metropolitiques.eu/Le-tourisme-dans-les-villes.html> (consulté le 20/01/2014).
- GAY Jean-Christophe. «Transport et mise en tourisme du monde» [enligne]. http://www.mgm.fr/ARECLUS/page_auteurs/Gay40.pdf (consulté le 04/04/2014).
- GHENOUCI Ahmed, « Impact des nouvelles infrastructures de transport sur l'accessibilité des villes du Nord-est Algérien» [enligne].
- Glossaire <http://www.bourse-des-voyages.com/glossaire-tourisme/surete.html>
- Glossaire <http://media.unwto.org/fr/content/comprendre-le-tourisme-glossaire-de-base>
- GLOSSAIRE DES SITES, MONUMENTS ET MANIFESTATIONS TOURISTIQUES http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHI ER=1333691711662.
- GRASLAND Claude. «Accessibilité sociale et accessibilité économique mondiales au début des années 1990 : Essai de géographie imaginaire», [enligne]. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/ingeo_0020-0093_1999_num_63_3_2646 (consulté le 04 décembre 2013).
- HANDY Susan. «Accessibility- vs. mobility-enhancing strategies for addressing automobile dependence in the U.S» [enligne]. http://www.des.ucdavis.edu/faculty/handy/ECMT_report.pdf (consulté le 15/04/2014).
- Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Île-de-France (IAU). « Aménagement et développement touristique : *Contribution au schéma régional de développement du tourisme et des loisirs en Île-de-France 2010-2020* » [enligne].http://www.iau-idf.fr/fileadmin/Etudes/etude_706/Amenagement_et_developpement_touristique.pdf (consulté le 16 Juin 2013).
- « Introduction : du tourisme au système touristique » [enligne] http://homepages.ulb.ac.be/~jmdecrol/Upload_enseignement/TOURF408_Textes.pdf (consulté le 23 Juin 2013).

- JAGER Jean-Claude et DE SILVA José, «cahier de la métropolisation : enjeux et définition de la métropolisation» [enligne]. <http://www.predat.net/PDF/PACA/s1.pdf> (consulté le 23/01/2014).
- «L'accessibilité de la métropole lilloise et des grandes agglomérations de la région Nord Pas de Calais» [enligne]. http://www.webservices-ccigl.fr/Upload/Mob/rapport_accessibilite,6_mai_.pdf (consulté le 12/11/2013).
- «La mobilité urbaine : un nouveau cadre conceptuel» [enligne]. http://ville-en-mouvement.pagesperso-orange.fr/telechargement/chine/La_mobilite_urbaine.pdf (consulté le 02/09/2013).
- «Le diagnostic territorial» [enligne]. <http://www.defi-locacite.fr/wp-content/uploads/2014/02/Diag-territorial-fiche.pdf> (consulté le 03/04/2014).
- LITMAN Todd. «Evaluating Accessibility for Transportation Planning: Measuring People's Ability To Reach Desired Goods and Activities» [enligne]. <http://azdhs.gov/phs/bnp/nupao/az-healthy-communities/documents/accessibility-transportation-planning-2012.pdf> consulté le 14/04/2014 (consulté le 11/04/2014)
- L'OSTIS Alain et CONSEA Alexis (2008) «définir l'accessibilité intermodale» [enligne]. http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/30/34/39/PDF/Lhostis_revision_amende_ALH_AC_HAL.pdf (consulté le 14/11/2013).
- MESSAGER Michel et al. «Le poids économique et social du tourisme» [en ligne]. http://www.caissedesdepots.fr/fileadmin/PDF/06_solutionsdurables_tv/EM10-le_poids_economique_social_du_tourisme_original.pdf (Consulté le 13/01/2014).
- « Mobilité touristique durable dans les Alpes » [enligne] http://www.alpconv.org/fr/organization/groups/WGTransport/Documents/PC40_13_3_fr_without.pdf?AspxAutoDetectCookieSupport=1 (consulté le 09 Juin 2013).
- «Pour des territoires touristiques méditerranéens durables» [enligne].<http://planbleu.org/fr/activites/tourisme> (consulté le 23/01/2014).
- Service d'Études Techniques des Routes et Autoroutes (Sétra). «Accessibilité des territoires et des services : Notions et représentation» [En ligne]. http://www.setra.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/0837w_rapportAccessibilite.pdf (consulté le 24/09/2013).
- Service d'Études Techniques des Routes et Autoroutes (Sétra). «Evaluation de l'accessibilité territoriale à partir d'étude de cas» [En ligne].

http://www.setra.equipement.gouv.fr/IMG/pdf/0837w_rapportAccessibilite.pdf (consulté le 16/11/2013).

- « Tourisme 2020 : Les politiques pour promouvoir la compétitivité et le développement durable du tourisme » [enligne] <http://www.oecd.org/fr/cfe/tourisme/48599778.pdf> (consulté le 21 Juin 2013).

-« Vers un tourisme durable basé sur le patrimoine naturel et culturel » [enligne] http://www.tourismes.info/Tourisme_europeen/Offre.pdf (consulté le 20 Septembre 2013).

COLLOQUES ET CONGRES.

-Association Internationale des Sociologues de Langue Française (AISLF), communication à l'11ème colloque sur les mobilités spatiales et ressources métropolitaines : l'accessibilité en questions, AISLF, 2011.

-CERTU, 24ème Congrès International COBATY sur l'Accessibilité et attractivité des métropoles européennes la mobilité au cœur des débats, France, CERTU, 2009.

-Fédération des Maires des Villes Moyennes (FMVM), Actes du colloque : le tourisme une opportunité pour dynamiser les villes moyennes, Palais du Luxembourg, FMVM, 2010.

-Labex Futurs Urbains, Colloque international sur les enjeux interdisciplinaires émergent pour comprendre, projeter et fabriquer la ville de demain, Mobilité, accessibilité et équité : *pour un renouvellement de l'analyse des inégalités sociales d'accès à la ville*, Marne-la-Vallée (France), Labex Futurs Urbains, 2013.

-Université de Lille et l'IFRESI – CNR, Actes du colloque « Logiques métropolitaines : modèles, acteurs et processus » : *Métropolisation et développement durable : un nouvel enjeu pour les collectivités territoriales ?*, Lille,

-HILAL Mohamed « Accessibilité aux emplois en France : le rôle de la distance à la ville », Cybergeog : European Journal of Geography [En ligne], Dossiers, 6èmes Rencontres de Théo Quant, Besançon, France 20-21 février 2003. URL : <http://cybergeog.revues.org/2790>.

ORGANISMES ET INSTITUTIONS.

-Department of Urban Planning, Faculty of Architecture, «Accessibility and its measures», Naples, (Italy), COST (European Cooperation in Science and Technology), June 2012.

-El-GENEDY Ahmed et CERDÁ Assumpta, Mesures d'accessibilité : Mesures de performance pour la planification de l'utilisation du sol et du transport dans la région métropolitaine de Montréal, Réalisé pour le compte du Ministère des Transports, Janvier 2010.

-G. LANGLOIS Michel et MAURETTE Inès. De la destination produit à la destination medium, les cinq enjeux stratégiques de la gestion et du positionnement des destinations touristiques : *le management expérientiel médiatique de la destination touristique*, document de travail, Québec, université du Québec, CLERC Montréal, 2003.

-ONU-Habitat, «message du directeur exécutif d'ONU-Habitat lors de la journée mondiale de l'habitat sur la mobilité urbaine», Kenya, ONU-Habitat, 2013.

TEXTES ET LOIS.

-loi n° 03-01 du 17 février 2003 relative au développement durable du tourisme

-Loi n°03-03 du 17 février 2003 relative à la définition des principes et règles de protection, d'aménagement, de promotion et de gestion des zones d'expansion et sites touristiques.

-Décret n°88-232 du 5 novembre 1988 portant déclaration des zones d'expansion touristiques.

-Décret exécutif n°07-86 du 11 mars 2007 fixant les modalités d'établissement du plan d'aménagement touristique des zones d'expansion et sites touristiques

-Décret exécutif n°85-15 du 26 Janvier 1985 portant organisation et fonctionnement des offices de tourisme et des fédérations de wilayas et de la fédération nationale des offices de tourisme.

-Loi n° 99-01 du 6 Janvier 1999 fixant les règles relative à l'hôtellerie

-Décret exécutif n°2000-46 du 1er mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation.

Complété par :

-Décret exécutif n°09-227 du 29 juin 2009 complétant le décret exécutif n°2000-46 du 25 Dhou El Kaada 1420 correspondant au 1er mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur organisation, leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation.

-Arrêté du 26 février 2001 définissant les caractéristiques ainsi que la forme de l'autorisation d'exploitation de l'établissement hôtelier.

-Arrêté du 10 septembre 2009 définissant les conditions, modalités et normes d'exploitation des autres structures destinées à hôtellerie.

-Décret exécutif n°2000-130 du 11 juin 2000 fixant les normes et les conditions de classement en catégories des établissements hôteliers.

Modifié par :

-Décret exécutif n°05-457 du 24 novembre 2005 modifiant le décret exécutif n°2000-130 du 11 juin 2000 fixant les normes et les conditions de classement en catégories des établissements hôteliers.

-Arrêté du 26 février 2001 fixant les règlements intérieurs-types de la commission nationale et des commissions de wilaya de classement en catégories des établissements hôteliers.

-Décret exécutif n°2000-131 du 11 juin 2000 fixant la composition et le fonctionnement de la commission compétente chargée de l'étude des plans de projets hôteliers.

-Décret exécutif n°2000-134 du 11 juin 2000 déterminant le panneau afférent à la catégorie des établissements hôteliers.

-Arrêté du 27 décembre 2004 fixant les caractéristiques ainsi que les indications portées sur les panneaux de classement des établissements hôteliers.

-Décret n°85-12 du 26 janvier 1985 définissant et organisant les activités hôtelières et touristiques.

Modifié et complété par :

-Décret exécutif n°92-101 du 3 mars 1992 modifiant et complétant le décret n°85-12 du 26 janvier 1985 définissant et organisant les activités hôtelières et touristiques

-Loi n° 99-06 du 4 avril 1999 fixant les règles régissant l'activité de l'agence de tourisme et de voyages.

-Décret exécutif n°2000-47 du 1er mars 2000 fixant l'organisation et le fonctionnement de la commission nationale d'agrément des agences de tourisme et de voyages.

Modifié par :

-Décret exécutif n°10-248 du 14 octobre 2010 modifiant le décret exécutif n°2000-47.

-Arrêté du 1 février 2011 portant désignation des membres de la commission nationale d'agrément des agences de tourisme et de voyages.

-Décret exécutif n°2000-48 du 1er mars 2000 fixant les conditions et modalités de création et d'exploitation des agences de tourisme et de voyages.

-Décret exécutif n°10-186 du 14 juillet 2010 modifiant et complétant le décret exécutif n°2000-48.

-Décret exécutif n°2000-49 du 1er mars 2000 fixant les conditions et modalités de création de succursales d'agences de tourisme et de voyages.

-Décret exécutif n°06-224 du 21 juin 2006 fixant les conditions et les modalités d'exercice de l'activité de guide de tourisme.

-Arrêté interministériel du 18 mars 2008 fixant définissant les modèles-types de l'agrément de guide de tourisme ainsi que de la carte de guide de tourisme.

-Loi n ° 03-02 du 17 février 2003 fixant les règles générales d'utilisation et d'exploitation touristiques des plages.

- Décret exécutif n°04-111 du 13 avril 2004 fixant les conditions d'ouverture et d'interdiction des plages à la baignade.
- Décret exécutif n°04-112 du 13 avril 2004 fixant les missions, l'organisation et les modalités de fonctionnement de la commission de wilaya chargée de proposer l'ouverture et l'interdiction des plages à la baignade.
- Décret exécutif n°04-274 du 5 septembre 2004 fixant les conditions et les modalités d'exploitation touristique des plages ouvertes à la baignade.
- Décret exécutif N° 06-249 du 9 juillet 2006 fixant les conditions et les modalités des organisations des compétitions sportives pratiquées sur la plage.
- Décret législatif N° 93-12 du 5 Octobre 1993 relatif à la promotion de l'investissement.
- Décret exécutif N° 94-319 du 17 Octobre 1994 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'agence de promotion et de soutien et de suivi des investissements.
- Décret exécutif N° 94-321 du 17 Octobre 1994 portant application des dispositions de l'article 24 du Décret législatif N° 93-1.
- Décret exécutif N° 94-322 du au 17 Octobre 1994 relatif à la concession de terrains domaniaux situés en zones spécifiques dans le cadre de la promotion de l'investissement.
- Décret exécutif N° 94-323 du 17 Octobre 1994 fixant le seuil minimum de fonds propres relatifs aux investissements.
- Décret exécutif N° 96-425 du 23 Novembre 1996 fixant les modalités d'application des dispositions des article 18, 22 et 37 du décret législatif N° 93-12 relatif à la promotion de l'investissement.
- Décret exécutif N° 97-319 du 24 Août 1997 modifiant et complétant le décret exécutif N° 94-319 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'agence de promotion et de soutien et de suivi des investissements A.P.S.I
- Décret exécutif N° 97-320 du 24 Août 1997 fixant les modalités d'application de l'article 43 du décret exécutif N° 93-320 relatif à la promotion de l'investissement.
- Décret exécutif N° 97-321 du 24 Août 1997 fixant les modalités de prise en charge par l'Etat de tout ou partie des dépenses d'infrastructures liées à la réalisation d'investissements localisés en zones spécifiques
- Décret exécutif N° 98-378 du 24 Novembre 1998 modifiant et complétant le décret exécutif N° 94-319 portant attributions, organisation et fonctionnement de l'agence de promotion et de soutien et de suivi des investissements A.P.S.I
- Arrêté du 29 Mai 2011 portant institution de la journée nationale du tourisme.

ANNEXES

ANNEXE 01 : Synthèse des différents attraits et activités au niveau du Saint-Laurent

Voir le Saint-Laurent	Naviguer sur le Saint-Laurent	Connaître le Saint-Laurent	Aimer le Saint-Laurent	Faire du sport sur le Saint-Laurent
<ul style="list-style-type: none"> -Admirer les paysages - canyons, caps, belvédères... -Îles - archipels, bancs de sable... -Parcs nationaux, régionaux, municipaux, réserves, marais, refuges... -Promenades - pistes cyclables, sentiers pédestres / équestres... -Routes et circuits thématiques - routes, circuits, chemins... -Survol en avion / hydravion -Zones portuaires, gares maritimes... 	<ul style="list-style-type: none"> -Accès au fleuve - quais, rampes, écluses... -croisières : -excursions -fluviales -internationales Marinas, ports de plaisance, clubs de yacht...) Transports interrives 	<ul style="list-style-type: none"> -Arts - galeries d'arts, ateliers... -Centres d'interprétation et d'observation, aquariums, bioparcs, établissements d'enseignement, musées, haltes marines... -Lieux historiques, sites archéologiques... -Moulins -Phares -Produits du terroir - poissons, herbes salées... -Visites guidées - tours de ville, visites en autocar, visites d'entreprises... 	<ul style="list-style-type: none"> -Événements - festivals, événements, manifestations sportives... -Spas 	<ul style="list-style-type: none"> -Kayak de mer -Pêche -Plages et berges -Plongée -Sports aérotractés (kitesurf, snowkite, voile...) -Sports nautiques non motorisés (multiples – aucune spécialisation) -Autres

Source : Le Saint-Laurent du fleuve à la mer, 4 000 km de découvertes [enligne]
<http://www.tourisme.gouv.qc.ca/publications/media/document/publications-administratives/strategie-saint-laurent.pdf>

ANNEXE 02 : Les manifestations socioculturelles au niveau de la ville de Skikda

N°	Intitulé de la manifestation	Date d'organisation	Lieu d'organisation
01	Les feuilles littéraires de Skikda	Décembre de chaque année	Théâtre régional
02	Colloque culturel de la poésie et de l'art plastique	Avril de chaque année	Palais de la culture-Skikda
03	Salon de l'art plastique	Novembre de chaque année	Palais de la culture
04	Colloque de la littérature et de la révolution	Novembre de chaque année	Palais de la culture
05	Salon national du livre	Septembre de chaque année	Salle Issat Idir
06	Journées d'étude sur la lecture et le livre	Avril de chaque année	Théâtre régional
07	Journée de la femme et de la création	7-8 mars	Palais de la culture et des arts
08	Le printemps culturel de l'enfant	Du 24 au 30 mars	Palais de la culture et des arts
09	La journée nationale de l'artiste	08 juin	Palais de la culture et des arts
10	Les nuits d'été de Russicada	juillet	Au bord de la mer
11	Les nuits du Ramadan	Mois de Ramadan	Palais de la culture et des arts
12	Festival national Lecture en fête	Septembre	Palais de la culture et des arts et quelques
13	Festival culturel local de l'art et de la culture populaire	Toute l'année	Palais de la culture et des arts et quelques
14	Festival du théâtre		
15	Festival du chant islamique		
16	Festival de la chanson andalouse		

Source: Direction de la culture (W. Skikda)

ANNEXE 03 : RESEAU ROUTIER DE LA WILAYA DE SKIKDA

Routes nationales : (Tableau n ° 04)

Les routes nationales qui desservent la wilaya de SKIKDA sont: RN 80 – RN 43- RN 03 – RN 44 – RN 44AC – RN 85 – RN 79

-La RN 44 fait la périphérie de l’Est de SKIKDA, elle assure la desserte de Skikda à partir d’Annaba. C’est une route à grande circulation de camions et de semi remorques, vu la proximité de la zone industrielle et la raffinerie la plus importante d’Algérie.

ANNABA --RN 44-- Berrahel --RN 44-- Aïn Charchar -- RN 44AC-- Azzaba ----RN 44AC--- SKIKDA
GUELMA ---- RB80--- Aïn Charchar---- RN 44AC--- Azzaba ----RN 44AC--- SKIKDA

-La RN 85 : est une route qui relie la commune de Collo à Constantine en passant par Kerkeria et Tamalous, cette route est perpendiculaire au littoral de COLLO et elle se termine à COLLO.C’est une route qui n’est pas fréquentée par un trafic important de poids lourds.

-La RN 3 : est une route qui relie le port de SKIKDA à l’arrière pays (CONSTANTINE – SETIF et ALGER aussi), tout en passant par les communes d’EL HADAIK – RAMDANE DJAMEL– Salah Bouchaour et El-Harouch. C’est un axe très important et qui est indispensable pour toute la wilaya.

-La RN43 : est un axe qui assure la desserte de Skikda à partie d’El Milia en passant par Tamalous.

Les Chemins de wilaya :

Les chemins de wilaya qui desservent la wilaya de SKIKDA sont: CW 57 – CW 8 – CW 10 – CW 12 – CW 18 – CW 6 – CW 14 – CW 13- CW 130 – CW 128 – CW 104 – CW 47 – CW 33 – CW 28 – CW 142 – CW 145 – CW 48 – CW 201 – CW 7 – CW 132 – CW 7A –CW39.

-Le CW 132 : Est une route qui fait la jonction entre OUED ZHOUR, OULED ATTIA – CHERAIA à la commune de COLLO. C’est une route qui longe le domaine du littoral à certain endroits et qui se termine perpendiculairement à COLLO.

-Le CW 7 : C’est une route qui relie la CW 39 – KANOUA à CHERAIA. C’est une route qui traverse une zone montagneuse.

-Le CW 39 : Il relie la commune de TAMALOUS à SKIKDA

-Le CW 104 : il relie la commune de RAMDANE à la RN 44

-Le CW 18 et la CW 12 : Sont parallèles au littoral et font la jonction entre SKIKDA (RN 44) et les communes de FILFILA et BEN AZZOUZ

LE CW 10 : c’est une route qui fait jonction entre le CW 12 et le CW 57 et qui relie la CW 8 à la commune d’El MARSA.

Chemins communaux :

Les chemins communaux de la wilaya de SKIKDA servent à faire la jonction entre les communes et les petites agglomérations.



Carte n°4 : Réseau routier de la wilaya de Skikda.

Désignation	(Km)
Routes nationales	326.6
Chemins de wilaya	603.3
Chemins communaux	1.657.4

Tableau n°4 : longueur du réseau routier de la wilaya de Skikda

Source : Direction des travaux publics de la wilaya de Skikda

ANNEXE 04 : FICHE D'ENQUETE, FORMULAIRE DU QUESTIONNAIRE.

Visiteurs et touristes

بطاقة تحقيق خاصة بالزوار و السواح

Le questionnaire suivant a été réalisé dans le cadre de la recherche pour le Magister portant sur le Projet Urbain, et suite à la thématique de recherche visant à tester le concept de l'accessibilité au tourisme dans l'un des territoires du pôle d'excellence touristique Nord-est qu'est SKIKDA, nous aurons besoin d'interroger la population des principaux marchés émetteurs de touristes sur le degré d'accessibilité du produit touristique skikdi.

À cet effet, nous vous saurions gré de bien vouloir répondre aux questions pour nous fournir les informations utiles à cette recherche.

Date :

Questionnaire N° :

Lieu de résidence : Pays :

Ville :

Origine :

Sexe : Masculin

Féminin

Age :.....

Profession :.....

1- Raison(s) du choix de Skikda :

Dimension virtuelle

2- Vous vous informez sur Skikda avant de la visiter ? Oui Non

A-Si la réponse est Oui :

1-Quelles sont les informations que vous recherchez ?

2-Est-il facile d'accéder à ces informations ?

3-Quels sont les moyens d'information que vous utilisez ?

B-Si la réponse est Non :

1-Pourquoi vous ne vous informez pas sur votre destination (Skikda) avant visite ?

3- Vous avez voyagé seul accompagné nombre de personnes :

4- S'agit-il du premier voyage ? Oui Non nombre de fois :

5- Saison de voyage : été hiver printemps automne

6- Durée de séjour :.....

Dimension technique

7- Moyens de transport utilisés :

Pour venir :

Sur place :

Dimensions individuelle et temporelle

8- Dans le cas où vous utilisez les moyens de transport public, quel est votre avis sur leur performance ?.....

Ceux utilisés pour venir :

Rapport distance parcourue/temps de parcours

Coût

Sécurité

Confort

excellent	Bien	mal

Ceux utilisés sur place :

Rapport distance parcourue/temps de parcours

Coût

Sécurité

Confort

excellent	Bien	mal

Dimension Technique

9- Votre avis sur la qualité des routes (infrastructures) parcourues ?

Pour venir : Excellent Bien Mal
Sur place : Excellent Bien Mal

10- Lieux visités :.....

11- Plages fréquentées :.....

12- Activités effectuées :.....

Dimension fonctionnelle

13- Comment vous trouvez la distribution des ressources touristiques dans l'espace ?

.....

Dimension économique

14- Lieu d'hébergement :

Est-il facile pour vous de trouver un lieu d'hébergement ?.....

.....

Dimension individuelle

Votre avis sur les sujets suivants :

- A- l'environnement naturel :
- B- La promenade littorale :
- C- La propreté des plages :
- D- Facilité d'accès aux informations touristiques :
- E- Possibilité de repos et de détente :
- F- Offre de manifestations culturelles :
- G- Offre de divertissement :
- H- Cuisine régionale :
- I- Hospitalité des habitants de la ville :
- J- Communication avec les habitants de la ville :
- K- Qualité des services de restauration :
- L- Qualité de l'offre des services de bien être :
- M- Qualité de l'hébergement :
- N- Rapport qualité/prix :
- O- Sécurité personnelle lors du séjour :
- P- Autre (précisez s'il vous plaît) :

Excellent	Bien	Mal

Dimension économique

15- Somme d'argent dépensée et votre avis:

Frais de transport :.....	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>
Hébergement :	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>
Restauration :	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>
Achats :	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>
Autres :	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>
Total :.....	Elevé <input type="checkbox"/>	Raisonnable <input type="checkbox"/>	faible <input type="checkbox"/>

Dimension individuelle

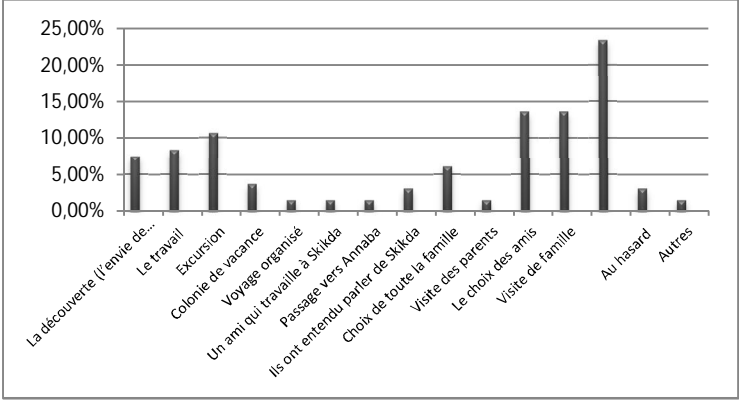
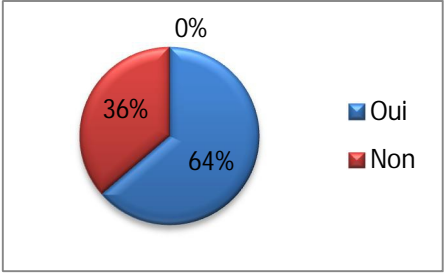
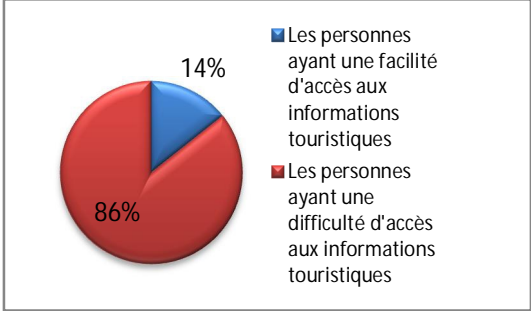
16- Quelles sont vos impressions générales sur la visite ? Pourquoi ?

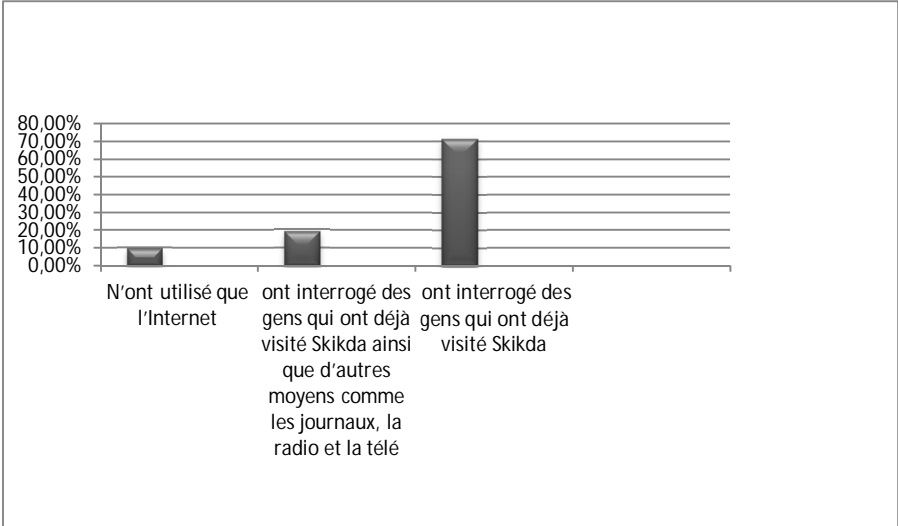
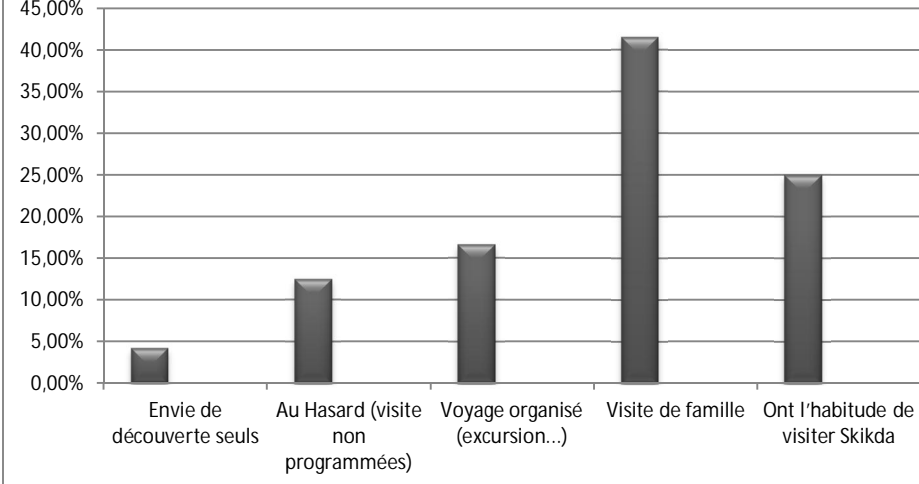
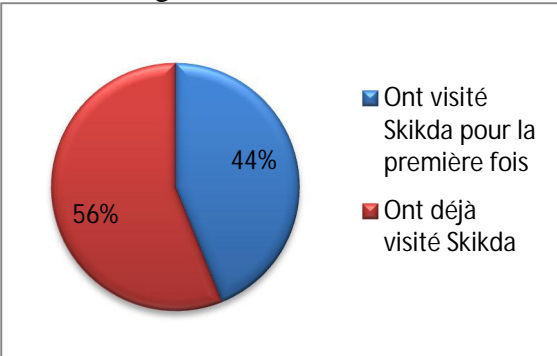
- 1- Meilleures que prévu.
- 2- Telles que prévu.
- 3- Moins bonnes que prévu.

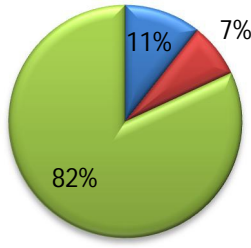
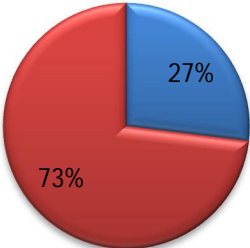
17- Vous pensez revenir dans l'avenir ?

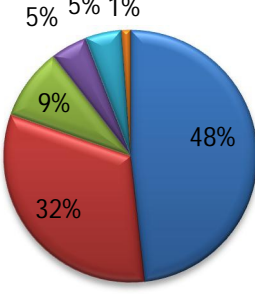
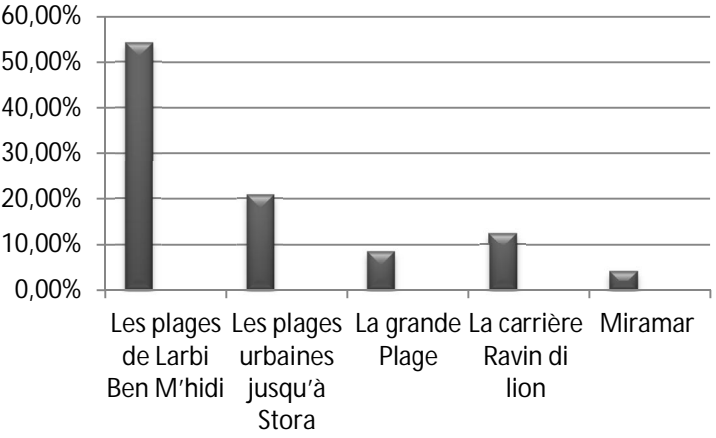
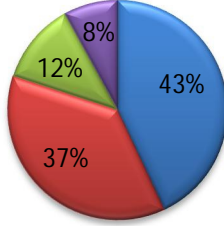
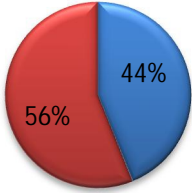
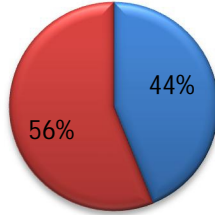
Oui Pourquoi ?
Non Pourquoi ?

ANNEXE 05 : LES RESULTATS DE L'ENQUETE PAR QUESTIONNAIRE

La question	Pourcentages des réponses																														
<p>Q.1- Raison(s) du choix de Skikda</p>	 <table border="1"> <caption>Données du graphique à barres : Raisons du choix de Skikda</caption> <thead> <tr> <th>Raison</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>La découverte (l'envie de...)</td><td>7,00%</td></tr> <tr><td>Le travail</td><td>8,00%</td></tr> <tr><td>Excursion</td><td>10,00%</td></tr> <tr><td>Colonie de vacances</td><td>3,00%</td></tr> <tr><td>Voyage organisé</td><td>1,00%</td></tr> <tr><td>Un ami qui travaille à Skikda</td><td>1,00%</td></tr> <tr><td>Passage vers Annaba</td><td>1,00%</td></tr> <tr><td>Ils ont entendu parler de Skikda</td><td>2,00%</td></tr> <tr><td>Choix de toute la famille</td><td>5,00%</td></tr> <tr><td>Visite des parents</td><td>1,00%</td></tr> <tr><td>Le choix des amis</td><td>13,00%</td></tr> <tr><td>Visite de famille</td><td>23,00%</td></tr> <tr><td>Au hasard</td><td>3,00%</td></tr> <tr><td>Autres</td><td>1,00%</td></tr> </tbody> </table>	Raison	Pourcentage	La découverte (l'envie de...)	7,00%	Le travail	8,00%	Excursion	10,00%	Colonie de vacances	3,00%	Voyage organisé	1,00%	Un ami qui travaille à Skikda	1,00%	Passage vers Annaba	1,00%	Ils ont entendu parler de Skikda	2,00%	Choix de toute la famille	5,00%	Visite des parents	1,00%	Le choix des amis	13,00%	Visite de famille	23,00%	Au hasard	3,00%	Autres	1,00%
Raison	Pourcentage																														
La découverte (l'envie de...)	7,00%																														
Le travail	8,00%																														
Excursion	10,00%																														
Colonie de vacances	3,00%																														
Voyage organisé	1,00%																														
Un ami qui travaille à Skikda	1,00%																														
Passage vers Annaba	1,00%																														
Ils ont entendu parler de Skikda	2,00%																														
Choix de toute la famille	5,00%																														
Visite des parents	1,00%																														
Le choix des amis	13,00%																														
Visite de famille	23,00%																														
Au hasard	3,00%																														
Autres	1,00%																														
<p>Q.2- Vous vous informez sur Skikda avant de la visiter ?</p>	 <table border="1"> <caption>Données du diagramme circulaire : Information avant la visite</caption> <thead> <tr> <th>Réponse</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Oui</td><td>64%</td></tr> <tr><td>Non</td><td>36%</td></tr> <tr><td>Non</td><td>0%</td></tr> </tbody> </table>	Réponse	Pourcentage	Oui	64%	Non	36%	Non	0%																						
Réponse	Pourcentage																														
Oui	64%																														
Non	36%																														
Non	0%																														
<p>A- Si la réponse est OUI 1- Quelles sont les informations que vous cherchez ?</p>	<p>Les différentes zones touristiques à visiter (repérer les sites à visiter) La route (l'accès et l'accessibilité) Plages et endroits touristiques Hôtels et maisons à louer (hébergement) Les endroits familiaux</p>																														
<p>A- Si la réponse est OUI 2- Est-il facile d'accéder à ces informations ?</p>	 <table border="1"> <caption>Données du diagramme circulaire : Accès aux informations touristiques</caption> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Les personnes ayant une facilité d'accès aux informations touristiques</td><td>14%</td></tr> <tr><td>Les personnes ayant une difficulté d'accès aux informations touristiques</td><td>86%</td></tr> </tbody> </table>	Catégorie	Pourcentage	Les personnes ayant une facilité d'accès aux informations touristiques	14%	Les personnes ayant une difficulté d'accès aux informations touristiques	86%																								
Catégorie	Pourcentage																														
Les personnes ayant une facilité d'accès aux informations touristiques	14%																														
Les personnes ayant une difficulté d'accès aux informations touristiques	86%																														

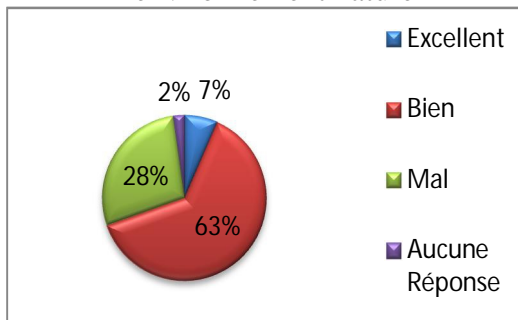
<p>A- Si la réponse est OUI 3- Quelles sont les moyens d'informations que vous utilisez ?</p>	<p>Internet, Radio, télévision, journaux mais surtout les gens qui ont déjà visité la ville.</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Moyen d'information</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>N'ont utilisé que l'Internet</td> <td>10,00%</td> </tr> <tr> <td>ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda ainsi que d'autres moyens comme les journaux, la radio et la télé</td> <td>20,00%</td> </tr> <tr> <td>ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda</td> <td>70,00%</td> </tr> </tbody> </table>	Moyen d'information	Pourcentage	N'ont utilisé que l'Internet	10,00%	ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda ainsi que d'autres moyens comme les journaux, la radio et la télé	20,00%	ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda	70,00%				
Moyen d'information	Pourcentage												
N'ont utilisé que l'Internet	10,00%												
ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda ainsi que d'autres moyens comme les journaux, la radio et la télé	20,00%												
ont interrogé des gens qui ont déjà visité Skikda	70,00%												
<p>B- Si la réponse est NON : Pourquoi vous ne vous informez pas sur votre destination avant visite ?</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>Raison</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Envie de découverte seuls</td> <td>4,00%</td> </tr> <tr> <td>Au Hasard (visite non programmées)</td> <td>12,00%</td> </tr> <tr> <td>Voyage organisé (excursion...)</td> <td>16,00%</td> </tr> <tr> <td>Visite de famille</td> <td>41,00%</td> </tr> <tr> <td>Ont l'habitude de visiter Skikda</td> <td>25,00%</td> </tr> </tbody> </table>	Raison	Pourcentage	Envie de découverte seuls	4,00%	Au Hasard (visite non programmées)	12,00%	Voyage organisé (excursion...)	16,00%	Visite de famille	41,00%	Ont l'habitude de visiter Skikda	25,00%
Raison	Pourcentage												
Envie de découverte seuls	4,00%												
Au Hasard (visite non programmées)	12,00%												
Voyage organisé (excursion...)	16,00%												
Visite de famille	41,00%												
Ont l'habitude de visiter Skikda	25,00%												
<p>Q.3-Vous avez voyagé seul accompagné nombre de personnes ?</p>	<p>Toutes les personnes interrogées étaient accompagnées.</p>												
<p>Q.4-S'agit-il du premier voyage ?</p>	<p>Sur 200 personnes interrogées :</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Catégorie</th> <th>Pourcentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ont visité Skikda pour la première fois</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>Ont déjà visité Skikda</td> <td>56%</td> </tr> </tbody> </table>	Catégorie	Pourcentage	Ont visité Skikda pour la première fois	44%	Ont déjà visité Skikda	56%						
Catégorie	Pourcentage												
Ont visité Skikda pour la première fois	44%												
Ont déjà visité Skikda	56%												

Q.5-Saison de voyage ?		 <p> ■ Hors la saison estivale ■ Toutes les saisons ■ Pendant la saison d'été </p>																																									
Q.6-Durée de séjour		 <p> ■ Visite d'une journée ■ Visite de plus d'une journée </p>																																									
Q.7- Moyens de transport utilisé ?	<p>Pour venir : 70% voitures personnelles 30% moyens de transport public</p> <p>Sur Place : 70% voitures personnelles 30% moyens de transport public</p>																																										
Q.8- Dans le cas où vous utilisez les moyens de transport public, quel est votre avis sur leur performance ?	<p><u>Utilisés pour venir :</u></p> <table border="1" data-bbox="1110 1079 1481 1272"> <thead> <tr> <th></th> <th>excellent</th> <th>Bien</th> <th>mal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rapport distance parcourue/temps de parcours</td> <td></td> <td>30%</td> <td>70%</td> </tr> <tr> <td>Coût</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sécurité</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Confort</td> <td></td> <td>20%</td> <td>80%</td> </tr> </tbody> </table> <p><u>Ceux utilisés sur place :</u></p> <table border="1" data-bbox="1110 1330 1481 1523"> <thead> <tr> <th></th> <th>excellent</th> <th>Bien</th> <th>mal</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Rapport distance parcourue/temps de parcours</td> <td></td> <td>20%</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>Coût</td> <td></td> <td>100%</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sécurité</td> <td></td> <td>80%</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Confort</td> <td></td> <td>40%</td> <td>60%</td> </tr> </tbody> </table>				excellent	Bien	mal	Rapport distance parcourue/temps de parcours		30%	70%	Coût		100%		Sécurité		100%		Confort		20%	80%		excellent	Bien	mal	Rapport distance parcourue/temps de parcours		20%	80%	Coût		100%		Sécurité		80%	20%	Confort		40%	60%
	excellent	Bien	mal																																								
Rapport distance parcourue/temps de parcours		30%	70%																																								
Coût		100%																																									
Sécurité		100%																																									
Confort		20%	80%																																								
	excellent	Bien	mal																																								
Rapport distance parcourue/temps de parcours		20%	80%																																								
Coût		100%																																									
Sécurité		80%	20%																																								
Confort		40%	60%																																								
Q.9-Votre avis sur la qualité des routes (infrastructures) parcourues ?	<p>Pour venir : 40% Bien et 60% Mal</p> <p>Sur place : 15% Bien et 85% Mal surtout au niveau de la ville.</p>																																										

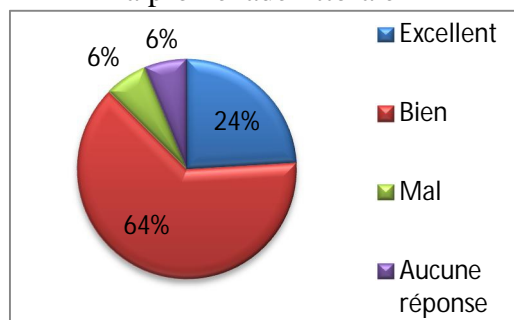
Q.10- Lieux visités.		 <ul style="list-style-type: none"> ■ Le centre ville de Skikda ■ L'agglomération Larbi Ben M'hidi ■ Stora ■ Le port ■ La grande plage ■ Stade 20 aout 1955 	
Q.11-Plages fréquentées ?			
Q.12-Activités effectuées ?		 <ul style="list-style-type: none"> ■ Promenade littorale et baignade ■ Promenade en ville ■ Promenade dans la montagne ■ Autres 	
Q.13-Comment vous trouvez la distribution des ressources touristiques dans l'espace ?		 <ul style="list-style-type: none"> ■ bonne distribution ■ ressources dispersées 	
Q.14-Lieu d'hébergement : Est-il facile pour vous de trouver un lieu d'hébergement ?		 <ul style="list-style-type: none"> ■ NON ■ OUI 	

Question 15 : Votre avis sur les sujets suivants :

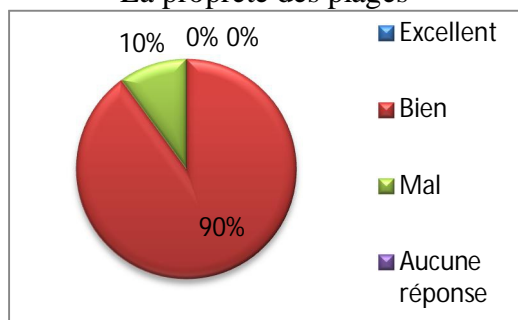
L'environnement naturel



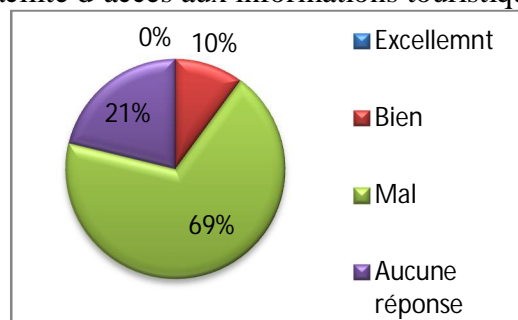
La promenade littorale



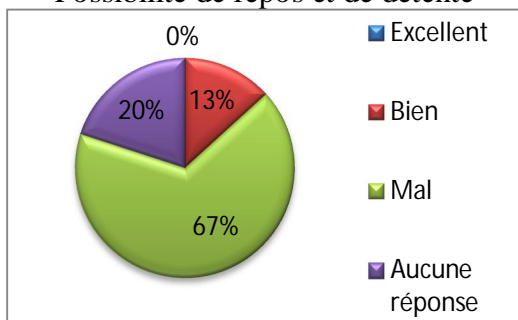
La propreté des plages



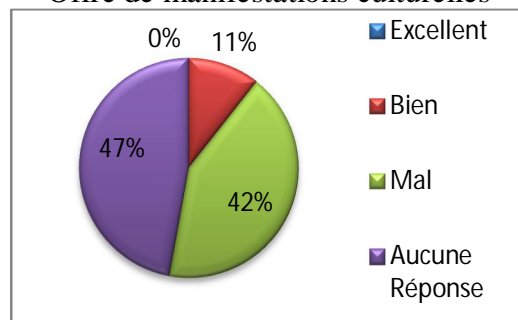
Facilité d'accès aux informations touristiques



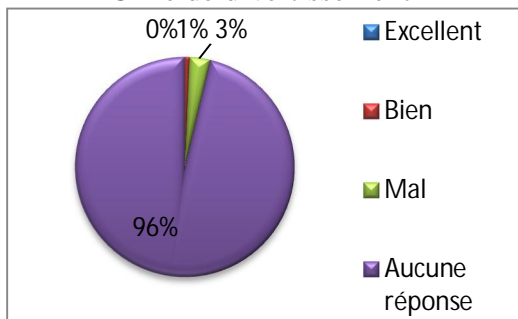
Possibilité de repos et de détente



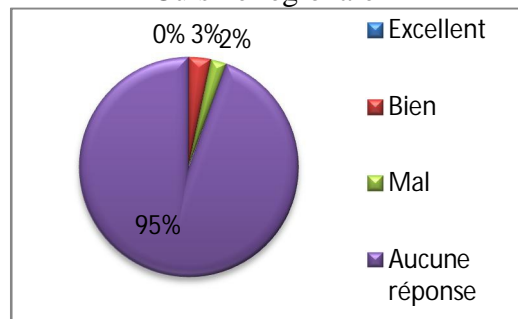
Offre de manifestations culturelles

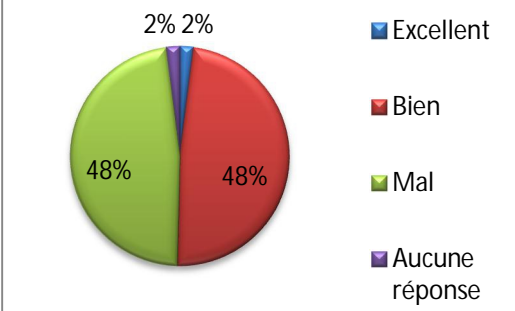
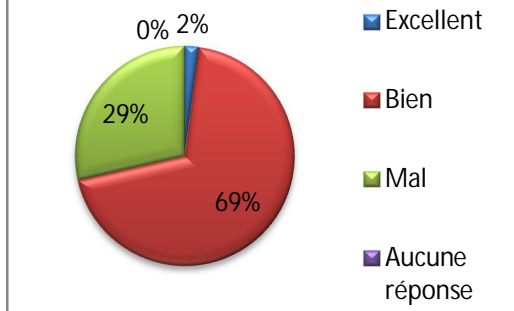
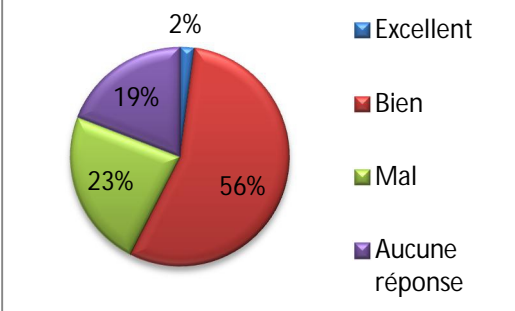
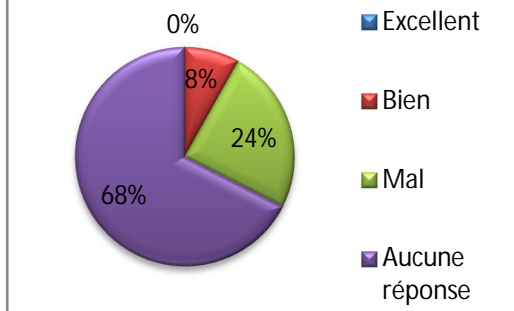
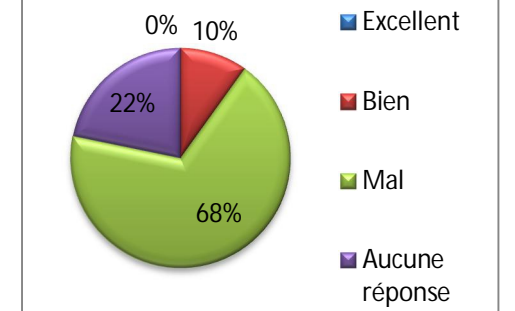
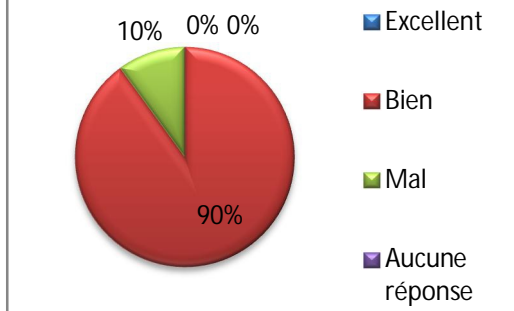
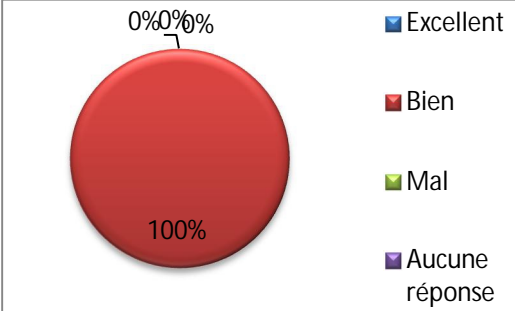
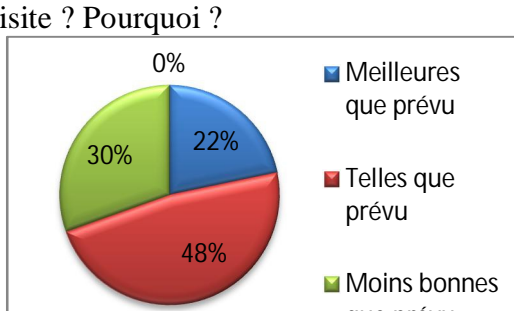
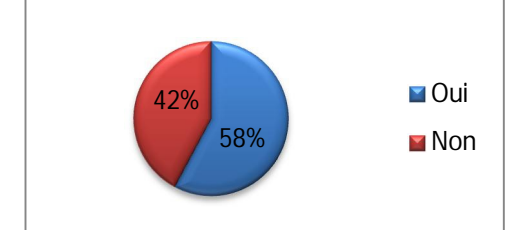


Offre de divertissement



Cuisine régionale



<p>Hospitalité des habitants de la ville</p>  <p>2% 2% 48% 48%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse 	<p>Communication avec les habitants de la ville</p>  <p>0% 2% 29% 69%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse
<p>Qualité des services de restauration</p>  <p>2% 19% 23% 56%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse 	<p>Qualité de l'offre des services de bien être</p>  <p>0% 8% 24% 68%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse
<p>Qualité de l'hébergement</p>  <p>0% 10% 22% 68%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse 	<p>Rapport qualité/prix</p>  <p>10% 0% 0% 90%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse
<p>Sécurité personnelle lors du séjour</p>  <p>0% 0% 0% 100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Excellent ■ Bien ■ Mal ■ Aucune réponse 	<p>Q.17-Quelles sont vos impressions générales sur la visite ? Pourquoi ?</p>  <p>0% 22% 48% 30%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Meilleures que prévu ■ Telles que prévu ■ Moins bonnes que prévu ■ Aucune réponse
<p>Question 16: Votre avis sur la somme d'argent dépensée Frais de transport Hébergement Restauration Achats Autres Total</p>	<p>Q.18-Vous pensez revenir dans l'avenir ?</p>  <p>42% 58%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Oui ■ Non

ANNEXE 06 : LES RESULTATS DES ENTRETIENS

Les responsables avec les quels nous avons effectué les entretiens	Synthèse des principales réponses
Acteurs politiques locaux an gestion des potentialités touristiques des la wilaya	<p><i>L'Office de tourisme :</i></p> <p>Le tourisme ne connaît pas un essor considérable dans la ville de Skikda, à l'instar de beaucoup de villes d'Algérie. Quelles en sont les causes ?</p> <p>Avant les années 70, Skikda était une ville touristique par excellence, avec ses plages et beaucoup d'équipements touristiques. Juste après, on a opté pour l'industrie pétrolière et gazifière. Nous avons vu la naissance ou la création d'un port pétrolier pour le traitement et les exportations de gaz et de pétrole. En plus de cela l'aéroport a été supprimé. Il a été sacrifié au profit de la zone industrielle. C'est un handicap pour notre tourisme. Déjà à Skikda de par sa géographie, il n'y a pas assez de routes. C'est-à-dire, pour aller autre part, il faut sortir de Skikda, faire un demi-tour et reprendre les directions d'Annaba, Constantine, Guelma, qui sont des wilayas limitrophes.</p>
Opérateurs du tourisme de la ville de Skikda	<p>Y a-t-il des initiatives pour que le tourisme reprenne ?</p> <p>Maintenant, on réfléchit à l'après pétrole. On pense au produit touristique. Le problème qui se pose c'est le manque d'infrastructures hôtelières. On a donc fait des investissements dans les infrastructures hôtelières de haut standing. Ce qui est bien pour le tourisme d'affaire. Mais, nous ne sommes pas d'accord sur l'implantation des hôtels de cinq étoiles. Avec cette catégorie d'hôtels, on s'éloigne du tourisme populaire. Un hôtel de cinq étoiles n'est pas fait pour les vacances. Nous avons déjà cinq hôtels sur les côtes qui répondent aux normes internationales, mais ce sont les hôtels urbains qui doivent être réhabilités.</p> <p>Qu'en est-t-il de la formation touristique?</p> <p>Il n'y a pas d'école de tourisme à Skikda. L'école la plus proche est celle de Tarf. C'est pour cela que nous avons proposé à ce que le centre de formation professionnelle lance des formations de guide touristique et d'autres métiers liés au tourisme.</p>

	<p><i>Opérateurs du tourisme de la ville de Skikda :</i></p> <p>Qu'en est-t-il de l'information et de la promotion touristiques?</p> <p>Les agences de voyage interviewées ont mis l'accent sur ce qu'ils ont considéré comme une marginalisation des opérateurs du secteur, notamment en ce qui concerne la préparation de la saison estivale. Une négligence qualifiée de défaillance qui a souvent compromis le bon déroulement des saisons touristiques.</p>
--	---

RESUME.

À partir de l'observation de Rusicade, l'actuelle Skikda, une ville des plus riches en Algérie de par sa situation sur la bordure de la rive sud de la mer méditerranéenne, ses paysages et son histoire, nous abordons notre sujet. De par sa situation touristique et notre position d'acteur citoyen et habitant, de même que de par notre statut de chercheur en urbanisme, le tourisme dans cette ville nous interpelle pour dégager une hypothèse et des objectifs pour sa relance.

La réponse hypothétique pour la promotion de l'activité touristique à Skikda est dans la prise en compte de l'accessibilité touristique dans un grand projet urbain comme action incontournable dans une démarche.

Notre objectif est de doter la ville de Skikda d'une image touristique à la mesure de ses potentialités. A cet effet, un diagnostic dans ses diverses dimensions, est préalable, et ceci par un état des lieux et une analyse des attraits naturels et culturels, des structures d'accueil et structures intermédiaires (offices de tourisme, agences de voyage...), des systèmes de transports et des services d'informations ainsi que l'analyse du marché destiné (la demande).

En nous basant sur les concepts outils, les textes normatifs, l'analyse des modèles et celle des études effectuées, l'enquête et enfin le diagnostic par l'AFOM, nous tendons à répondre à la question du comment promouvoir et par quelle démarche.

Enfin, dans cette recherche heuristique, qualitative et quantitative qui a ses limites, notre réflexion est axée sur l'évaluation de l'accessibilité touristique à travers l'analyse des ses différents indicateurs.

Notre diagnostic sur l'accessibilité touristique dans une démarche de projet urbain nous révèle l'importance du projet de l'autoroute Est/Ouest constituant un enjeu majeur, et à plusieurs titres. Pour Skikda, c'est une pièce maîtresse de développement par la mise en lien de leurs atouts compétitifs.

Mots clés : tourisme, accessibilité touristique, grand projet urbain, Skikda, diagnostic

ABSTRACT.

From the observation of Rusicade, the current Skikda, a city rich in Algeria due to its location on the edge of the southern shore of the Mediterranean Sea, its landscapes and its history, we approach our subject. Because of its tourist situation and our citizen and resident actor position, as well as our planning researcher status, tourism in this city challenges us to release a hypothesis and objectives for its revival.

The hypothetical answer for the promotion of tourism in Skikda is in the inclusion of tourism accessibility in a large urban project as an essential action in a process.

Our goal is to provide the city of Skikda of a tourist image to the extent of its potential. To this end, a diagnosis in its various dimensions is a prerequisite and this by an inventory and analysis of natural and cultural attractions, host structures and intermediate structures (tourist offices, travel agencies ...) of transport systems and information services and market analysis for (demand).

Based on tools concepts, normative texts, analysis of models and of the studies, investigation and finally the diagnosis SWOT; we tend to answer the question of how to promote and by what process.

Finally, this heuristic, qualitative and quantitative research has limitations, our reflection focuses on the assessment of the tourism accessibility through the analysis of its various indicators.

Our territorial diagnostic on touristic accessibility in a process of urban project reveals the importance of the project of the East / West highway constitutes a major challenge, and for several reasons. To Skikda, it is a development centerpiece by setting link their competitive strengths.

Keywords: tourism, touristic accessibility, large urban project, Skikda, diagnostic

ملخص

انطلاقاً من معاينتنا لمدينة روسيكادا ، سكيكدة حالياً ، والتي تعتبر واحدة من أجمل المدن الجزائرية نظراً لموقعها المتمركز على الحافة الجنوبية للبحر الأبيض المتوسط ، مناظرها الطبيعية و تاريخها الحافل انطلاقاً من هذا سوف نرسم نهج موضوعنا. و بالنظر إلى واقعها السياحي، موقعنا كسكان ومواطنين فاعلين، وحتى كباحثين في مجال العمران و المدينة ، ارتأينا أن نبادر بوضع فرضية و تسطير جملة من الأهداف التي من شأنها النهوض بهذا القطاع.

الجواب الافتراضي لتعزيز السياحة في سكيكدة يكمن في إدراج الموصلية السياحية كفعل أساسي ضمن عملية المشروع الحضري الشامل.

هدفنا هو منح سكيكدة صورة سياحية تتماشى مع إمكانياتها.

القيام بعملية تشخيص لمختلف أبعادها هو أمر ضروري وذلك من خلال حصر و تحليل عوامل الجذب الطبيعية و الثقافية، هياكل الاستقبال و الهياكل الوسيطة (الهياكل السياحية، وكالات الأسفار..) أنظمة النقل و خدمات الإعلام ، بالإضافة إلى تحليل السوق المستهدف (مستوى الطلب على المنتج السياحي).

استناداً إلى المفاهيم المتداولة ، النصوص المعيارية ، تحليل النماذج و كذا الدراسات المنجزة ، التحقيق و ختاماً التشخيص من خلال طريقة سوت SWOT يمكننا صياغة جواب على سؤالنا السابق وهو كيف يمكننا أن نعزز السياحة و بأية وتيرة يجب أن نسير.

و في آخر بحثنا الاستكشافي، الكمي والنوعي المحدود ، فان تفكيرنا يركز على تقييم مدى إمكانية نمو السياحة من خلال تحليل مؤشراتنا المختلفة.

تشخيصنا لإمكانية النمو السياحي ضمن عملية المشروع الحضري كشف لنا عن أهمية الطريق السياحي شرق - غرب والذي يمثل تحدياً كبيراً على أكثر من صعيد فهو يعتبر محور التنمية بالنسبة للمدينة من خلال ربط مختلف مزاياها التنافسية.

الكلمات المفتاحية: السياحة ، سكيكدة ، السياحة ، مشروع حضري شامل، التشخيص