

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université Abderrahmane Mira Bejaia
Faculté de Technologie
Département d'Architecture et d'Urbanisme

Mémoire Pour L'obtention Du Diplôme De Master en Architecture

Filière : Architecture.

OPTION : Architecture ville et territoire.

Thème :

**La promotion de l'attractivité touristique balnéaire de
la wilaya de Bejaia : Pour un flux de masse et
permanent.**

Présenté par :

Mlle BEDREDDINE Nassima.

Mlle BELKACEMI Katia.

Mlle BENBERKANE Sabrina.

Jury :

Mme OUARET	Enseignante	Univ.de BEJAIA	Président
M^r AINI	Enseignant	Univ.de BEJAIA	Examineur
M^{elle} MOUHOUBI Nedjima	Enseignante	Univ.de BEJAIA	Encadreur
M^r BADIS Abderrahmane	Enseignant	Univ.de BEJAIA	Encadreur

Soutenu le : 2 mars 2017

Promotion: 2016-2017

Dédicaces

Bedreddine Nassima :

Je dédie ce travail à ma source de tendresse, l'être la plus chère dans le monde, ma très chère mère : A.F.H.O.U.G Malika, à mon idéal, l'être le plus généreux mon très chère père, à ma chère et unique sœur et à mes très chères frères, à mon très chère ami MOHAMED B.I Aymen, à mes chères professeurs, et à tous qui compulse ce modeste travail.

Belkacemi Katia :

Je dédie ce travail à toute ma famille, particulièrement à ma chère tante BELKACEMI M.I Hadda, que j'appelle affectueusement DJIDD A Hinda, à tous mes amis, particulièrement à mon très chère ami BENRABEH Juba et qui m'ont aidés pendant des années ainsi que pour leur encouragement et leurs soutient.

Bentertane Sabrina :

Ce travail est premièrement à la mémoire de mon grand-père, à tous mes amis puis je le dédie à toute ma famille, mes parents et mon frère et mon très cher mari.

Remerciements

Nous tenons d'abord à remercier Dieu tout puissant qui nous a donné la force et la patience d'accomplir ce modeste travail.

Nous tenons particulièrement à remercier nos encadreurs de Mémoire, Monsieur BADIS et Madame MOUHOUBI pour leur confiance, leur patience, leur conseils qui nous ont permis d'aboutir à la production de ce mémoire.

Nous tenons également à affirmer notre reconnaissance à Monsieur MIMOUNI, le président de la commission aménagement du territoire et de transport à l'APW de la wilaya de Bejaia qui nous a fourni de nombreux renseignements et informations se rapportant à notre recherche.

Sans oublier de remercier le personnel administratif des directions du tourisme et de l'environnement de la wilaya de Bejaia qui ont facilité notre travail en nous donnant accès aux informations nécessaires.

Finalement nos remerciements vont à tous ceux qui nous ont aidés de près ou de loin pour réaliser ce modeste travail.

Résumé

A travers des décennies, le tourisme a connu une progression continue tout en se diversifiant, jusqu'à devenir un des secteurs économiques à la croissance la plus rapide du monde.

De nos jours, le secteur touristique est au sommet voire même il dépasse les autres secteurs « Industrie pétrolière », cela n'est malheureusement pas atteint en Algérie, où il est encore dans un état embryonnaire.

En effet, dotée d'atouts touristiques incontestables et diversifiés, d'où la possibilité de devenir une destination touristique la plus favorisée, l'Algérie se doit de relever de ce secteur qui n'est plus un choix mais plutôt un impératif pour participer au développement des autres secteurs.

La Wilaya de Bejaia ne fait pas l'exception du reste de pays malgré le potentiel touristique, indéniable, matériel et immatériel qu'elle recèle ; le tourisme est toujours à l'état rudimentaire cela est bien reflété par le manque d'attraction touristique et le nombre réduit de flux des touristes locaux ou étrangers.

L'objectif de cette recherche est, alors, la promotion de l'attractivité touristique balnéaire à Béjaia, à la recherche d'un flux de masse et permanent. Cette démarche est concrétisée par l'application d'une analyse comparative entre Bejaia et deux villes étrangères à savoir Sousse et Barcelone, ce qui a abouti à un listing de facteurs contribuant à leurs réussites. Cette analyse comparative a été consolidée par l'élaboration d'une analyse SWOT pour un listing plus affiné des recommandations et solutions pouvant servir l'objectif de cette recherche.

Mots clés : Tourisme Balnéaire, Flux touristique, Attractivité touristique, Attraction, SWOT.

Abstract

Through the decades the tourism has experienced a continual progression while diversifying, up to become one of the economic sectors with the most rapid growth of the world. In our days the tourism sector is at the summit even it exceeds the "Other Sectors" "Petroleum Industry", this is unfortunately not reached in Algeria, where he is still in an embryonic state. In effect, with tourist assets unquestionable and diversified, where the possibility of becoming a tourist destination the more favoured, Algeria must meet in this sector which is no longer a choice but rather an imperative to participate in the development of other sectors.

The wilaya of Béjaïa does not the exception of the rest of country despite the tourism potential undeniable material and immaterial that it conceals; tourism is still in the rudimentary state this is well reflected by the lack of tourist attraction and the reduced number of flow of local tourists or foreigners.

The objective of this research is then the promotion of the tourist attractiveness seaside resort to Béjaïa in search of a mass flux and permanent. This approach is embodied by the application of a comparative analysis between Béjaïa and two foreign cities namely Sousse and Barcelona, which has led to a listing of factors contributing to their success. This comparative analyse has been consolidated by the development of a SWOT analysis for a listing more refine the recommendations and solutions that can serve the goal of this research.

Key words: seaside tourism, tourist flows, tourist attraction, attraction, SWOT.

تلخيص

شهدت السياحة تطورا مستمرا ومتنوعا لعدة عقود حتى اصبحت أحد القطاعات الاقتصادية في التطور العالمي السريع. حاليا، وصل قطاع السياحة الى ذروته حتى انه يتعدى القطاعات الاخرى مثل الصناعة البترولية، غير انه وللأسف لم يتم الوصول الى هذا المستوى في الجزائر حيث لا يزال في بدايته. وفي الواقع، ينبغي على الجزائر العمل على تطوير هذا القطاع الذي لم يعد خيارا بل ضرورة للمشاركة في تطوير القطاعات الاخرى فهي تزخر بمقومات سياحية متنوعة لا يستهزأ بها كقيلة يجعلها القطب السياحي المفضل. وعلى غرار جميع ولايات الجزائر، فان بجاية التي بالرغم من الامكانيات السياحية المعتبرة المادية منها واللامادية التي تتمتع بها، الى ان السياحة لا تزال في بدايتها وهذا ما يفسره نقص الاستقطاب السياحي وقلة عدد السياح المحليين والاجانب. والهدف من هذا البحث هو تعزيز النشاط السياحي الساحلي لبجاية من اجل استقطاب عدد أكبر من السياح وبصفة دائمة. وتجسدت هذه الطريقة بمقارنة بجاية بمدينتين هما سوسة التونسية وبرشلونة الاسبانية، الامر الذي أسفر عن انشاء قائمة العوامل التي ساهمت في نجاحهما. وعززنا هذه المقارنة بإعداد تحليل «SWOT» من اجل الحصول على قائمة أكثر دقة للتوصيات والحلول التي يمكن ان تخدم هدف هذا البحث.

كلمات مفتاحية: السياحة الساحلية، التوافد السياحي، الاستقطاب السياحي، SWOT

Sommaire

Dédicace	VI
Remerciement	II
Résumé.....	III- VI- VI
Table des tableaux	VI
Table des figures	VI - VI
Table des schémas	VI
Table des acronymes.....	VI

I. Introduction général..... 1

I.1	Problématique	4
I.2	Hypothèses	4
I.3	Objectifs	4
I.4	Méthodologie.....	4-5

II. CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

Introduction

II .CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme	6
II .1. Section 1 : conceptualisation liée au tourisme	6
II .1.1.Essais de définitions	6-8
II .1.2.Aperçu historique sur le tourisme dans le monde	8-9
II .1.3. Formes de tourisme	9-12
II .1.4. Importance du tourisme.....	13-16
II .1.5. L'offre touristique	16
II .1.6.Infrastructures touristiques	16-21
II .2.Section 2 : le tourisme balnéaire	21
II .2.1. Le littoral	21
II .2.2. Le tourisme balnéaire	22
II .2.3. Le concept de station balnéaire	23

Conclusion

III. CHAPITRE 2: L'attractivité touristique	25
Introduction	
III.1 Les notions de l'attractivité touristique :	25
III.1.1 La notion d'attraction et attractivité	25
III.1.2 La notion de l'attractivité touristique	25
III.1.3 Attraction, attrait : quelle différence et quelle relation ?.....	26
III.2 L'évaluation de l'attractivité d'un territoire	27
III.2.1 La qualification par approche géographique	27
III.2.2 La qualification par approche aménagiste.....	27-28
III.2.3 La qualification par approche sociologique	28-29
III.3 Attractivité touristique (exemple des grandes métropoles européennes)	29
III.3.1 Ce sont d'abord les agglomérations qui ont mis le tourisme et l'évènementiel au centre de leur stratégie :	29
III.3.2. Le festival pour l'attractivité	29-30
Conclusion	
IV. CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis	31
Introduction	
IV.1 La ville de Sousse : un exemple d'attractivité réussite.....	31
IV.1.1 Pourquoi l'exemple de Sousse ?.....	31
IV.1.2 La Tunisie	31-32
IV.1.3 Présentation de la wilaya de Sousse.....	32
IV.1.4 Les atouts de la wilaya de Sousse	32-45
Synthèse	
IV.2 Barcelone : la ville touristique par excellence.....	46
IV.2.1 Justification du choix	46
IV.2.2 Espagne	46
IV.2.3 Présentation de la ville de Barcelone	46-47
IV.2.4 L'attractivité touristique balnéaire à Barcelone : les facteurs d'influence ...	48-54
Synthèse	
IV.3 Le Cas d'étude : la wilaya de Bejaia entre enjeux et défis touristiques	56
IV.3.1 Le tourisme en Algérie	56
IV.3.2 Bejaia dans l'Algérie	56
IV.3.3 Présentation de la wilaya :.....	56-57

IV.3.4	Potentiel touristique de la wilaya de Bejaia	57-65
IV.3.5	L'offre touristique de la wilaya de Bejaia	65-70
Synthèse		
Conclusion		
V. CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT		72
Introduction		
V.1	Repère Méthodologique	72
V.1.1	Présentation de l'analyse : S.W.O.T	72-74
V.2	Application de la méthode SWOT	74-75
V.2.1	Matrice de croisement	76-77
V.2.2	Résultat et discussions	77-78
V.2.3	Recommandations	78-79
Conclusion		
Conclusion général		80

Table des tableaux :

Tableau 01 : Les avantages et les inconvénients de l'activité touristique sur l'économie, environnement et la société	14-15-16
Tableau 02 : les monuments de la médina de Sousse	33
Tableau 03 : Les hôtels balnéaires de Sousse	36-37
Tableau 4 : Les hotels de la station port El-Kantaoui	41-42
Tableau 05 : La capacité d'accueil hôtelière à Barcelone	54
Tableau 06: récapitulatif de parc hôtelier de la Wilaya de Bejaia pour l'année 2016	66
Tableau 7: l'état de l'investissement privé dans le secteur de tourisme a la wilaya de Bejaia pour l'année 2016.....	70
Tableau 8: zones d'extensions touristiques existantes à Béjaia avec leurs superficies.....	71
Tableau 9: Représentation graphique de l'analyse SWOT	73
Tableau 10: relations entre les facteurs de l'analyse SWOT	74
Tableau 11: Application de la méthode SWOT	74-75
Tableau 12: Matrice de croisement	77

Table des figures :

Figure 01 : Un des hôtels les plus luxueux : Le Palais des Émirats, à Abu Dhabi	18
Figure 02 : Saint James Paris - Relais et Châteaux	18
Figure 03 : Village-vacances Pueblo Acantilado Suites en Espagne.....	19
Figure 04 : Résidence Le Cannes Beach, France	19
Figure 05 : Auberge de Jeunesse à Varsovie.....	19
Figure 06 : Les Chalets de la Tania en France	20
Figure 07 : Le bungalow coté - Photo de PludhayaResort and Spa, Ayutthaya	20
Figure 08 : Terrain de camping	20
Figure 09 : Les gîtes d'étape	21
Figure 10 : Photo aérienne de la célèbre station balnéaire touristique du cap d'Agde dans l'Hérault	23
Figure 11 : Tunisie	31
Figure 12 : Wilaya de Sousse.....	32
Figure 13 : Medina de Sousse :	33
Figure 14 : Le ribat de Sousse.....	33
Figure 15 : La grande mosquée de Sousse	33

Figure 16 : Le musée archéologique de Sousse	33
Figure 17 : Le parcours de découverte de Sousse	34
Figure 18: Plage port el-Kantaoui	35
Figure 19 : plage Sousse	35
Figure 20 : Hotel Movenpick	36
Figure 21 : Hotel tour khalef:.....	36
Figure 22: Hotel Riadh Palms :	37
Figure 23 : Hotel club marhaba :.....	37
Figure 24 : Hotel Royal Kenz:	37
Figure 25 : Port El-Kantaoui	39
Figure 26 : Golf El-Kantaoui	40
Figure 27 : Hôtel Riu Impérial Marhaba	41
Figure 28 : Hôtel Riu Green Park	41
Figure 29 : Hôtel Club Alhambra Seabel	41
Figure 30 : Hotel Diar El Andalous Iberostar	41
Figure 31 : Hotel Hasdrubal	42
Figure 32: Maison jardin, station balnéaire el-Kantaoui	42
Figure 33: Maison de la mer station balnéaire el-Kantaoui	43
Figure 34: Hasdrubal Thalassa & Spa	43
Figure 35: El Mouradi Palm Marina	43
Figure 36: Parc Hannibal, station porte el-kantaoui	44
Figure 37: Parcours en cargo pirate	45
Figure 38 : situation géographique d’Espagne	46
Figure 39: situation de la cote de Barcelone	47
Figure 40 : Sagrada Familia.....	47
Figure 41: palais Güell	47
Figure 42: Stade de football Camp Nou	47
Figure 43 : Port de croisière de Barcelone	48
Figure 44 : Plan des terminaux de départ de croisières	49
Figure 45: Port Vell.....	50
Figure 46 : Plan du port Vell.....	50
Figure 47: Aquarium de Barcelone	51
Figure 48: Tunnel de L’aquarium	51
Figure 49: Maremagnum de Barcelone	51

Figure 50: World Trade Center Barcelona	52
Figure 51: World Trade Center Barcelona.....	52
Figure 52: L'hôtel W Barcelona	52
Figure 53: Le port olympique	53
Figure 54: Le port olympique	53
Figure 55: Terrains de sport, plage Bogatell.....	53
Figure 56: Bibliothèque de plage, plage La Barceloneta	54
Figure 57 : La Situation géographique de la wilaya de Bejaia.....	57
Figure 58: Plage de Boulimat	58
Figure 59: Plage de Tichy	58
Figure 60: Cascade de Kefrida.....	59
Figure 61: Pic des singes.....	59
Figure 63: Source Thermale de Sidi Yahia	
Figure 64: Hammam El SalhinSillal	60
Figure 65: Les montagnes	61
Figure 66: La crête de Gouraya	62
Figure 67: Sidi Yahia	62
Figure 68: Le Marabout de Sidi	62
Figure 69: Musée de Géologie	63
Figure 70: Musée de l'artisanat.....	63
Figure 71: Musée du lac	63
Figure 72: L'art traditionnel à Bejaia.....	63
Figure 73: L'art culinaire	65
Figure 74: Village touristique « Capritour »	67
Figure 75: Le port de bejaia	68
Figure 76: Brise de mer.....	68

Table des schémas:

Schéma 01 : récapitulatif des différentes formes de tourisme.....	10
Schéma 02 : Répartition en % des hôtels et des restaurants dans les gouvernorats littoraux	36

Table des acronymes :

ANDI : Agence Nationale de Développement de l'Investissement

FCE : Forum des Chefs d'Entreprise

FEM : Forum Economique Mondial

MAB : Man And Biosphere

OMT : Organisation Mondiale de Tourisme

ONT : Organisation National du Tourisme

PIB : Produit Intérieur Brut.

SDAT : Schéma Directeur d'Aménagement de Tourisme.

SNAT : Schéma National d'Aménagement de Tourisme.

SWOT : Strengths. Weaknesses. Opportunities. Threats.

UNESCO : United Nations Economique, Science, Culture

VIP : Very Important Person.

WTC : World Trade Center.

WTTC : World Travel and Tourism Council.

ZET : Zone d'Expansion Touristique.

UNWTO : United Nations World Tourism Organization.

DGCIS : Direction General de la Compétitivité, de l'Industrie et des Services.

Introduction général

I. Introduction général

Le tourisme est l'une des activités les plus anciennes, devenue importante par les migrations des populations qu'il génère à des échelles différentes et par la transformation des lieux qu'il produit. Aujourd'hui, le tourisme constitue une industrie économique fondamentale dans de nombreux pays développés comme dans les pays en développement, qui en font un facteur puissant de leurs développement, l'impact économique du secteur touristique est à souligner en évoquant l'importance de la diversification des formes de tourisme à concevoir.

D'une superficie de près de 2,5 million de kilomètres carrés, l'Algérie est le plus grand pays de l'Afrique en termes de superficie et le 9ème pays mondialement (Le Quotidien d'Algérie, 2011). Il occupe une position géographique centrale entre l'Afrique et l'Europe, dotée d'atouts touristiques incontestables et diversifiés. En effet, « *L'Algérie terre multiple, africaine, méditerranéenne et orientale offre une tri-loge de paysage : la mer, la montagne, le désert.* » (N. Widmann, Méditerranée, 1976, p24). Située avantageusement au bord de la mer méditerranéenne avec un littoral s'étendant sur plus de 1.200 kilomètres, constituée également d'une multitude de formes et de reliefs composées d'un ensemble de chaînes montagneuses, côtières et de plaines de Tell et une suite de Hauts-plateaux (entre l'Atlas tellien et l'Atlas saharien). Ainsi, il « ... *est désormais une destination à part-entière* » cette déclaration est faite à Paris par madame Annette Masson, président du salon mondial du tourisme en mars 2008.

Parmi les endroits incontournables en Algérie, le grand sud algérien, le Sahara, qui s'étend sur près de deux millions de kilomètres carrés environ de 80% du territoire, le 2ème plus grand désert du monde avec ses dunes d'or, ses paysages, plateaux rocheux, plaines de pierres et plages de sable.

Aussi, l'Algérie est une terre riche en sources thermales aux vertus médicales. En effet, le potentiel thermo-minéral est important mais reste encore inexploité. Le nombre de ressources thermales officiellement recensées et enregistrées est de 202, se concentrent au nord du pays. Ce potentiel est susceptible d'être exploité comme le confirme le directeur général de l'ONT (office national du tourisme) Ahmed Bouchedjira : « *l'Algérie souhaite développer le thermalisme, balnéothérapie et thalassothérapie* » (F. Harouat, (2011-2012), p131).

Il est à noter aussi que l'Algérie fait le berceau de plusieurs civilisations phénicienne, romaine, byzantine, arabe, espagnole, ottomane et française. Héritée d'un patrimoine historique riche, variées et faisant des formes stratifiées, dont on trouve à travers tout le pays plusieurs témoignages : vestiges, œuvres, sites archéologiques, sites historiques,...

Introduction général

Ainsi, en combinant ces potentialités et en les exploitant, Le tourisme peut devenir un moteur de développement économique ; néanmoins l'Algérie abandonne cette source au moment où ses caisses sont renflouées par la rente pétrolière.

La visibilité nécessaire à la consécration d'une économie touristique alternative aux ressources tarissables et non renouvelable, que sont les hydrocarbures. Selon le SDAT 2025 le tourisme n'est plus un choix pour l'Algérie mais un impératif.

Avec toutes ces potentialités touristiques l'Algérie peut être une destination touristique par excellence.

Au regard des potentialités que recèle le pays, le secteur du tourisme reste peu développés. « *Le tourisme a toujours été en Algérie un objectif secondaire des autorités* » (N. Widmann, 1976, p24).

L'Algérie est classée parmi les derniers pays dans la compétitivité touristique selon le rapport bisannuel que le Forum Economique Mondial (FEM) a publié, mercredi 6 mai, sur « la compétitivité en matière de tourisme ». Dans son édition 2015 « *l'Algérie occupe la 123e place parmi 141 pays* ». Le pays s'est amélioré par rapport à l'année 2013, où il se situait à la 132eme position sur 140, mais il reste beaucoup à faire dans ce secteur. (Misraoui.I, 2015).

Le secteur de tourisme a une contribution de 3.5% au PIB algérien soit 633.1 milliards de dinars selon un rapport établis par le Conseil Mondial du Voyage et du Tourisme (WTTC), et cela reste en dessous des niveaux atteints par les autres pays. (Abdelbari.T, 2016)

Selon le rapport "Faits Saillants du Tourisme" l'Algérie est la 4eme destination touristique en Afrique avec 1.7 millions de touristes étrangers en 2015, ce nombre a considérablement diminué par rapport aux années précédentes, ceci révèle le faible nombre des touristes étrangers qui visite l'Algérie, si on le compare aux pays voisins dont le Maroc se classe en tête suivis de l'Afrique du sud et de la Tunisie classés respectivement 2eme et 3eme destination (Rapport faits saillants, 2016, p11).

D'après Gérard Pellisson, président d'Accor (Benachenhou, 2003) : « *l'Algérie est aujourd'hui une destination touristique quasiment vierge, ce qui est incontestablement un atout si une politique de tourisme privilégiant l'environnement est mise en place. Il n'y a aucune raison que l'Algérie, à terme ne rejoigne pas, puis dépasse ses deux voisins* ».

De ce constat, la situation alarmante du tourisme en Algérie ouvre l'œil sur la nécessité d'améliorer ce secteur et d'exploiter les diverses potentialités du pays, et de s'interroger sur les moyens d'attraction qui permet une meilleure attractivité touristique.

Introduction général

I.1. Problématique

À l'instar de nombreuses wilayas du pays, Bejaia recèle de potentialités touristiques et artisanales diversifiés, commençant par l'important vestige archéologique qui témoigne de son histoire millénaire (Forêt de la casbah, les restes de l'enceinte fortifiée de la porte Fouka, etc...), sans oublier la culture Kabyle sous ses différentes formes passant au patrimoine naturel qui se manifeste sous forme d'un très grand parc « le parc national de Gouraya », les différents lacs, cascades et grottes arrivant à sa situation à la bordure de la mer méditerranée, une façade maritime avec plus de 10 % du littoral algérien sous ses différentes formes de reliefs formant l'un des plus beaux golfs du monde avec 45 plages aux divers sédiments (Melbou , Souk-El-Tenine , Aokas,...), ce qui lui confère sa vocation touristique balnéaire par excellence d'après le SDAT 2025.

Ces atouts indéniables pouvant provoquer un réel intérêt des touristes locaux et étrangers. Néanmoins le tourisme de la région est à l'état embryonnaire, vu que le nombre de ces derniers reste toujours insuffisant, 6645 touristes étrangers seulement (jusqu'à 31 Décembre 2012) dont 50.90 % sont des européens et d'où 59.78% de ces européens sont des français (SDAT 2013.P180)¹ Donc on peut dire que la wilaya de Bejaia ne fait pas l'exception du total de pays (Algérie) qui représente une faible destination touristique dans le monde et en méditerranée.

Cette situation constaté traduit un manque d'attractivité dont témoigne le flux, ce qui nous pousse à se relancer dans une recherche planifiée afin de trouver des solutions permettant de faire exercer une attraction pour améliorer l'attractivité touristique de la wilaya tout en tirant profit de son potentiel littoral et en se basant sur sa dimension balnéaire.

Considérant tout cela, une question fondamentale s'impose :

- **Comment promouvoir l'attractivité touristique balnéaire à Bejaia pour un flux de masse et permanent à la hauteur de ses atouts ?**

Trois questions secondaires peuvent être posées à partir de cette problématique :

- Est-ce que le potentiel touristique balnéaire (naturel) de Bejaia suffit à lui seul pour la création d'une attractivité touristique ?
- Est-ce que les infrastructures touristiques existantes à Bejaia suffisent-elle pour attirer un flux de masse et permanent ?
- Par quels moyens peut-on développer l'attractivité du tourisme balnéaire à Bejaia ?

¹SDAT : Schéma directeur d'aménagement touristique.

Introduction général

I.2. Hypothèses :

La réponse à cette question n'est pas flagrante est conduit à vérifier les hypothèses suivantes :

- L'intégration de plusieurs attractions touristiques permet de promouvoir l'attractivité touristique balnéaire de Bejaia afin d'atteindre un flux touristique important et permanent.
- L'intégration et l'insertion de la culture dans le tourisme balnéaire à travers une démarche qui vise la mise en lumière de la culture de la région conduit à une mise en valeur du tourisme balnéaire et à son développement.
- L'investissement privé dans le tourisme balnéaire peut apporter un plus à ce secteur.

I.3. Objectifs :

L'objectif principale de notre recherche est de solutionner le manque de flux permanent à Bejaia afin de promouvoir son attractivité touristique balnéaire, ce qui se traduit par une transformation de ses potentialités en produits touristiques de qualité capable d'attirer et de séduire un flux touristique de masse, permanent, local et étrangers, à l'instar de ses voisins.

D'autres objectifs secondaires peuvent être atteint à travers de cette étude, il s'agit de :

- Recenser les capacités touristiques de la wilaya de Bejaia, en termes d'hébergement, d'accueil et d'autres infrastructures touristiques et les potentialités de la ville.
- Diagnostiquer les faiblesses, les manques, les freins et les contraintes concernant l'activité touristique balnéaire à Bejaia.
- s'inspirer des autres pays sur les moyens d'attraction mise en œuvre pour attirer un flux de masse.

I.4. Méthodologie :

De point de vue de démarche et pour pouvoir répondre à nos questions de départ et vérifier nos hypothèses, nous nous sommes basés sur des outils méthodologiques divers. Notre démarche s'est ainsi basée sur deux approches : théorique qui consiste à définir le cadre conceptuel qui la recouvre et pratique qui mettra en évidence la méthodologie de l'analyse.

En premier lieu, Il s'agit d'étudier les concepts relatifs à notre thème de recherche à savoir le tourisme, le tourisme balnéaire et l'attractivité touristique, pour cela nous nous sommes basés sur l'analyse documentaire tels que : ouvrages généraux, livres, thèses et mémoires de fin d'études et les sites internet ceci étant l'assise de notre recherche constituant un cadre théorique et conceptuel.

Introduction général

Ensuite, il était question d'effectuer une analyse de deux villes touristiques étrangères et de notre cas d'études (Bejaia) afin de tirer l'ensemble des facteurs de réussite de ces villes d'une part et d'établir les différents faiblesses au développement touristique de l'aire d'étude d'une autre part. Ainsi afin de solutionner ce manque constaté et de définir les orientations stratégiques de développement de l'activité touristique nous avons choisi d'appliquer la méthode SWOT comme outil de définition d'une stratégie de développement.

Enfin nous avons esquissé selon les résultats obtenus, les orientations et actions qui pourront contribuer à améliorer l'attractivité touristique balnéaire à Bejaia.

III. CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

Introduction

Au fil des décennies le tourisme a connu un essor continu et s'est diversifié de plus en plus. Il constitue désormais une activité ancienne et une source de développement économique pour de nombreux pays développés comme dans des pays en développements qui en font un facteur essentiel de leurs développements.

Dans ce premier chapitre nous essayerons en premier lieu d'éclairer la notion du tourisme et les principaux concepts liés à cette activité pour mieux comprendre le phénomène et pouvoir l'envisager comme une activité souhaitable et à développer à Bejaia ; nous nous devons l'étudier depuis sa naissance (son évolution historique), ses différents types et son rôle dans le monde actuel, en outre, pour mener notre recherche nous nous sommes intéressés particulièrement au tourisme balnéaire ainsi qu'aux concepts unis à ce dernier.

II.1. Section 1 : conceptualisation liée au tourisme

Dans la présente section nous définissons la notion du tourisme et nous distinguons ses formes et son importance dans le monde actuel.

II.1.1. Essais de définitions

II.1.1.1. Tourisme

Le mot « *Tourisme* » vient de la transcription Anglaise d'un vocable français (*The tour*), qui a été utilisé pour la première fois en 1841 désignant la personne qui faisait le grand tour (B. Abdessamad, 2012, p4), cette expression désigne le voyage sur le continent, c'est à ce moment-là que le tourisme naquit.

Selon le temps et le lieu, Le tourisme a connu une multitude de définitions relatives et variables, donc difficile à définir d'une manière précise car il existe une diversité de définition dont nous pouvons citer :

G.Cazes considère que « *Le tourisme est un phénomène nouveau qui n'a vraiment émergé dans la réalité quotidienne que depuis moins d'un demi-siècle. Mais il a connu une expansion et une généralisation si rapides, dans la société comme un élément banal et naturellement constitutif de cette vie quotidienne* » (G.Cazes, 1989, p7).

Ainsi, il est considéré comme un « *Ensemble des activités, des techniques mises en œuvre pour les voyages et les séjours d'agrément* ». (Encyclopédie Microsoft, 2003)

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

Ces activités sont liées aux déplacements des personnes sur une certaine distance dans le cadre d'une activité de loisir.

Pour sa part, l'Organisation Mondiale du Tourisme (O.M.T.), définit le tourisme comme : *« l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des 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 non liés à l'exercice d'une activité rémunérée dans le lieu visité. L'utilisation de ce concept, suffisamment large, permet d'identifier aussi bien le tourisme entre différents pays qu'à l'intérieur d'un même pays. »*. (Organisation mondiale du tourisme)

Enfin, d'après cette diversité de définitions, nous pouvons dire que le tourisme est l'action de voyager, de visiter, qui implique le déplacement de personnes vers des pays ou des endroits situés en dehors de leur environnement habituel à des fins personnelles ou professionnelles ou pour affaires.

II.1.1.2. Touriste

Depuis 1963, les statistiques du tourisme international comprennent les définitions suivantes :

Avant de définir la notion de touriste, nous devons passer par la notion de « Visiteur » celle-ci est définie comme étant toute personne qui se rend dans un pays autre que celui où elle réside, pour toute autre raison que celle d'y exercer une profession rémunérée (www.world-tourism.org). On distingue deux catégories de visiteurs :

- les touristes : visiteurs temporaires, séjournant au moins 24 heures dans le pays visité (donnant lieu à une « nuitée » dans un moyen d'hébergement du pays) ;
- les excursionnistes : visiteurs dont le séjour ne dépasse pas 24 heures (pas de génération de nuitée).

Ainsi, L'OMT définit le touriste comme *« toute personne qui se rend dans un pays (tourisme international) ou dans un lieu situé dans son pays de résidence (tourisme intérieur), mais autre que celui correspondant à son environnement habituel et dont le motif principal de visite est autre que celui d'exercer une activité rémunérée dans le lieu visité. »*. (Lozato, Giotart, pierre. J, baflet. M, 2004, P4)

Le dictionnaire français Larousse 1987 le définit comme *« toute personne qui voyage pour son agrément »*.

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

II.1.1.3. Flux touristique :

Dans le domaine du tourisme comme dans d'autres, le flux est le résultat de la confrontation entre une demande et une offre.

Les flux majeurs sont actuellement de trois types :

- Flux internes aux pays développés d'Europe et d'Amérique du Nord.
- Flux de moyenne distance entre ces deux pays et leur périphérie (Europe vers la zone méditerranéenne, Amérique du Nord vers les Caraïbes).
- D'autres flux sont en croissance rapide flux internes de pays émergents (Chine), flux régionaux, asiatique par exemple. (Geoconfluences.ens.lyon.fr)

II.1.2. Aperçu historique sur le tourisme dans le monde

Dans toutes les civilisations anciennes, le voyage était l'apanage de quelques minorités (pèlerins, soldats, étudiants, commerçants, émissaires et diplomates) et avait des raisons pratiques ou utilitaires. (Boutafenouchet. S, 2011)

La notion du tourisme est apparue à une époque précise, d'origine anglaise (tourism), le mot s'appliquait à l'origine au « grand tour » que les jeunes anglais de la haute société réalisaient en Europe continentale et parfois jusqu'au Moyen-Orient. Ce voyage avait au départ une valeur d'initiation et de découverte des peuples européens et des civilisations du passé (Rome, la Grèce, la Terre Sainte), la curiosité pour les mœurs locales et les plaisirs exotiques y étaient associés. (Ibid)

Le tourisme, au sens moderne du terme, s'est développé au XIXe siècle, Selon Pierre Py « le mot tourisme est apparu au XIX siècle mais l'activité qu'il recouvre plonge ses racines dans l'histoire. Ainsi, certaines formes de tourisme existaient déjà dans les civilisations antiques. Les voyages d'études des Romains en Grèce, leurs voyages d'agrément vers l'Égypte, leurs villégiatures climatiques estivales comme leurs fréquentations des sources thermales pour des motifs plus ludiques que sanitaires (Sénèque voyait dans Baies, station thermale située près de Naples, « le repaire du vice ») en sont autant de manifestations ». (Pierre. PY, 1996, p5)

«Après la seconde guerre mondiale, et surtout après 1960, les transports automobiles et aériens ont révolutionné les échanges mondiaux et permis l'essor du tourisme de masse ». (Iznasni. M, Benzaghoul. N, 2014, p35)

Le tourisme s'est alors développé après la seconde guerre mondiale. La réduction de la durée hebdomadaire du travail, l'augmentation de la durée des congés payés accroissent le temps libre et la constance de la sécurité sociale permettent à des associations de tourisme de donner aux stations thermales un nouvel élan, ralenti dans les années 50 par le développement de la médecine et des médicaments. (Ben Cheikh. A, 2007/2008)

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

Ainsi, l'élévation du niveau de vie a permis d'intégrer les dépenses de loisir dans la consommation des ménages et deviennent par la suite un besoin nécessaire dans la vie de toutes les personnes, autrement dit le besoin de voyager et de pratiquer le tourisme. (Haddad .N, 2005)

Par la suite, entre (1962-1973), l'époque des grands chantiers se traduit par le lancement d'importants programmes d'aménagement des littoraux, le développement des stations de sports d'hiver et l'émergence de nouvelles destinations touristiques comme l'Espagne (Harouat. F, 2009), ce facteur constitue alors un facteur de développement du tourisme.

D'une manière générale, aujourd'hui, à la mer comme à la montagne, les capacités d'hébergement, les moyens de transport et les équipements ont développés, suite à la demande d'une clientèle de plus en plus nombreuse et diversifiée (Ibid), vers un tourisme mieux maîtrisé.

II.1.3. Formes de tourisme :

Aujourd'hui, Le tourisme est devenue un phénomène de grande envergure, touchant beaucoup de domaines (l'économie, la culture, le domaine social, etc.). Il s'évolue sans cesse, s'enrichit de plus en plus d'aspects et de motivations nouvelles, ceci a conduit à l'apparition d'une pluralité de formes de tourisme. Ce qui aboutit à une complexité d'établir une liste exhaustive de ses formes.

Néanmoins, il n'existe toujours aucune classification officielle et reconnue de types de tourisme. En effet, c'est selon les motivations des touristes que le tourisme a pris ses diverses formes. D'après l'OMT (DGCIS, 2009), le motif du touriste peut être de l'ordre de :

- Loisir, détente et vacances ;
- Visites à des parents et des amis ;
- Affaires et motifs professionnels ;
- Traitement médical ;
- Religion et pèlerinages.
- Autres.

À cet effet, nous proposons notre propre classification. Les critères de classification constatés sont :

- *Le lieu* : tourisme littoral, saharien, montagnard, etc ;
- *Le nombre de visiteurs* : tourisme de masse, minoritaire ;
- *L'activité (but)* : tourisme d'affaire, de santé, sportif, etc ;
- *Autres* : Dans certaines nouvelles formes, le concept du tourisme, on le trouve souvent associé à un autre *concept* tel que le tourisme durable et ses formes diverses, comme on le trouve même associé à des *significations* comme par exemple, le tourisme noir.

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

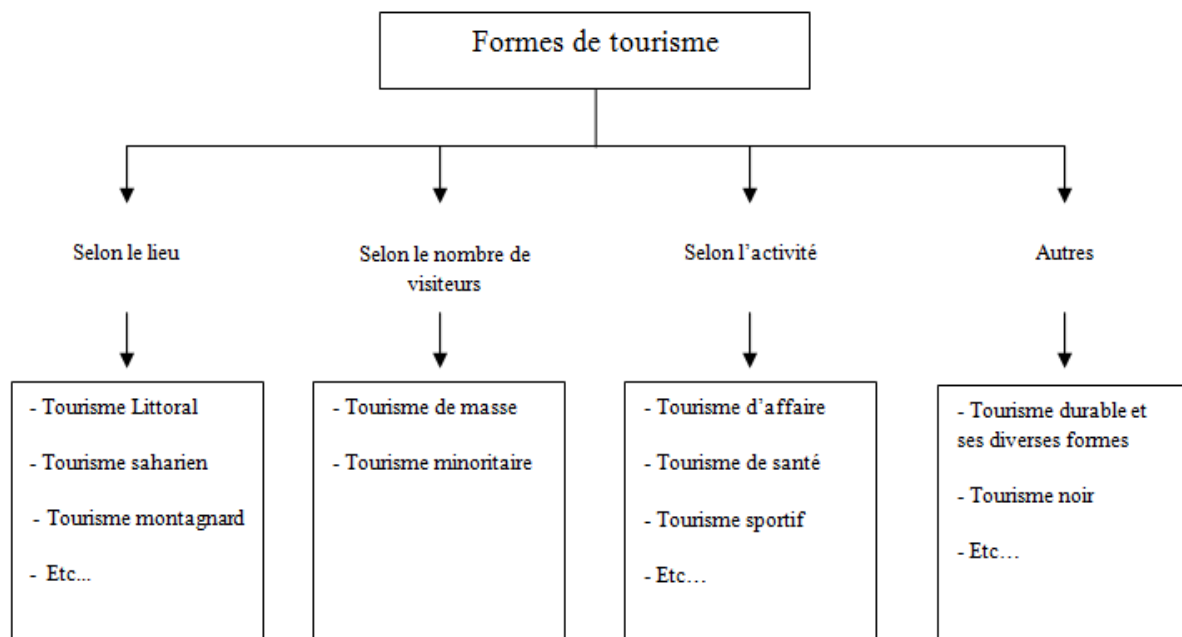


Schéma 01 : Schéma Récapitulatif des différentes formes de tourisme (Auteurs, 2016/2017)

Citer toutes les formes existantes semble une opération impossible, Donc nous nous limitons à citer que les types les plus répandus et les plus représentatifs et nous nous contenterons de donner une brève définition pour chacun :

➤ **Le tourisme balnéaire**

Selon le dictionnaire Sensagent le parisien « *Le tourisme balnéaire* » : c'est le tourisme des vacances au bord de mer. La plage, la mer et le soleil sont des attraits indéniables pour les touristes.

Le tourisme balnéaire appelé aussi « *tourisme littoral* » est la première forme touristique apparue et la plus répandue dans le monde.

« *Le tourisme littoral est première forme de tourisme dans le monde.* ». (Mesplier. A et Bloc-Duraffour. P, 2005, p21)

➤ **Le tourisme d'affaires**

Selon Maurice Dupuy « Le tourisme d'affaire » « *demeure la meilleure terminologie pour qualifier cette industrie très particulière du voyage, le plus souvent touristique, réalisée pour encadrer, stimuler, développer, créer des affaires et communiquer.* ». (Dupuy. M, 2006, p8)

D'une manière générale ce type de tourisme fait appel aux voyages et aux déplacements pour un but professionnel, il combine donc les composantes classiques du tourisme (transport,

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

hébergement, restauration) avec l'activité professionnelle. Il se pratique en toute saison dans le cadre de :

- Les congrès et conventions d'entreprises ;
- Les foires et salons ;
- Les événements d'entreprises (séminaires, incentives, événementiels, et autres réunions d'entreprises) ;
- Les voyages d'affaires individuels (pour des réunions et des partenariats).

➤ **Le tourisme de santé**

« La dénomination «tourisme médical» est fort récente et désigne les patients désireux de se faire soigner à l'étranger à des prix abordables, profitant d'une expertise médicale et d'un décor différent de celui de leur quotidien pour leur convalescence. ». (Menvielle. L et Menvielle. W, 2010, p109)

Le tourisme de santé ou le tourisme médical appelé ainsi car il tient essentiellement aux raisons de santé, c'est une nouvelle forme du tourisme qui désigne l'ensemble des déplacements effectués dans un pays autre que celui où l'on réside en vue d'améliorer sa santé que cela soit en raison des prix des soins ou de leurs disponibilités.

Vu que ce type de tourisme est toujours à la recherche du bien-être physique et moral, il ne se limite pas seulement à la recherche des soins curatifs mais, il recouvre plusieurs pratiques (chirurgies esthétiques, le thermalisme, la relaxation, etc...).

➤ **Le tourisme culturel**

« Le tourisme culturel est un déplacement d'au moins une nuitée dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. ». (Origet.C, 1998, p21)

En 1985, l'UNWTO/OMT définissait le tourisme culturel comme *« les mouvements de personnes obéissant à des motivations essentiellement culturelles telles que les voyages d'études, les tournées artistiques et les voyages culturels, les déplacements effectués pour assister à des festivals ou autres manifestations culturelles, la visite de sites et de monuments, les voyages ayant pour objet la découverte de la nature, l'étude du folklore ou de l'art, et les pèlerinages. ».* (Moumoni. C, 2007, p74)

Le tourisme culturel recouvre diverses formes de pratiques touristiques (visites de sites et monuments patrimoniaux, visites de villes, arts de la rue, représentations théâtrales, festivals, etc...) dont les principaux motifs de ce voyage sont la découverte, le loisir et les études.

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

Le tourisme culturel englobe également les voyages religieux qui se font vers des lieux de culte et de divinité comme les pèlerinages, ce type de tourisme est connu sous le nom de *tourisme religieux* ou « *le tourisme de foi* ».

➤ **Le tourisme sportif**

Le tourisme sportif est une forme du tourisme récente bien que ses origines sont anciennes.

« *Le tourisme sportif est un concept apparu tardivement dans le XX^e siècle, en tout cas dont les professionnels du tourisme, chercheurs et sociologues du tourisme n'ont pris conscience qu'à la fin des années 1980.* ». (Sobry. C, 2004, p 13)

Il désigne l'ensemble des pratiques de l'activité sportive (spectateur d'évènements sportifs, participant actif dans l'activité sportive, visiteur d'éléments de la culture sportive) (Redmond1, 1990-1991, p173) durant les séjours de voyage « *Une personne qui, en vacances, pratique une activité sportive.* ». (De Knop, 1987, p42)

➤ **Le tourisme de montagne**

« *Le tourisme de montagne* » ou autrement appelé « *le tourisme montagnard* » est le tourisme des massifs montagneux. C'est l'une des forme du tourisme les plus anciennes et les plus répandues dans le monde. (Mesplier. A et Bloc-Duraffour. P, 2005)

D'après un guide pratique intitulé « *tourisme et montagne* » (Guide pratique, 2011) : les zones de montagnes représentent la deuxième destination touristique après les cotes et les îles générant entre 15 à 20 % du tourisme mondial annuel.

Cette forme de tourisme regroupe l'ensemble des activités de loisir et détente pratiquées en montagnes (campings pique-nique, les balades, etc...) et inclue surtout les pratiques sportives (alpinisme, randonnées, le ski, etc...).

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

II.1.4. Importance du tourisme

Le tourisme sous ses différentes formes, est une branche importante dans le développement du pays, ce dernier est devenu une industrie qu'aucun pays sur la planète ne peut négliger.

Le tourisme joue un rôle très important dans les différents secteurs (Chabbi. K, 2011-2012, p16) :

Économique :

- Augmenter les ressources monétaires ;
- Permettre la création d'emploi :(01 lit d'hôtel/0.5 emploi)
- Développement régional (décentralisation)
- Favorise un aménagement du territoire plus équilibré.

Social :

- Permet d'avoir des échanges culturels entre les individus ;
- Permet de s'évader d'un environnement exigeant et pollué.

Politique :

- Création d'un mouvement d'affaire intense entre les pays ;
- Favorise la connaissance des pays aux étrangers et leurs donne une importance au niveau international.

Culturel :

- Découverte des nouveaux horizons culturels, historiques et traditions des pays et des peuples ;
- La mise en valeur des potentialités du pays en matière de patrimoine historique et architectural.

Afin de pouvoir déterminer l'influence du tourisme on doit avoir des références dans des domaines précis ou on peut mesurer les impacts selon leurs nature (négatifs et positifs) et par rapport à leur types (société, environnement et économie).

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

	Avantages	Inconvénients
Economie	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nouvelles rentrées financières à gérer pour en tirer un profit (recettes brutes et fiscales) ✓ Comble le déficit financier par rapport aux centres urbains industrialisés ✓ Revalorisation de l'immobilier ✓ Offre de nouvelles opportunités aux agriculteurs en leur permettant d'écouler et/ou diversifier leur production ✓ Création d'emplois dans des espaces géographiques peu favorisés ✓ Contribution au maintien des services de proximité (magasin d'alimentations, restaurant...) ✓ Attractivité pour l'investisseur 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Engagement financier à long terme (infrastructures, équipements) ✓ Une partie importante des recettes est acquise aux voyageurs dont les centrales se trouvent ailleurs ✓ Parfois inflation du prix des terrains et des constructions ✓ Création d'emplois saisonniers et précaires, dépendants de facteurs conjoncturels (météo) ✓ Forte variabilité des flux économiques (Surdimensionnement pendant l'entre saison) ✓ Création d'infrastructures disproportionnées. Sous utilisées. Non rentables. Engendrant des dettes pour la communauté
Environnement	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Entretien des territoires, maintien d'un patrimoine ✓ Dans certains cas, le tourisme agit comme puissant facteur de prise de conscience d'un environnement de qualité car pas de tourisme qualité sans espaces de qualité ✓ Touristes rendent possible le financement de programmes de 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Détérioration des sites si sur fréquentation ✓ Paysage (nature et culture) comme principal objet de consommation. Lorsque la morphologie du terrain est changée. Le paysage est difficilement restructurable (infrastructures) ✓ Préjudice à la faune (déplacement en hiver) et flore (artificialisation du sol et des pratiques touristiques intensives). Diminution de la biodiversité au profit des

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

	<p>restauration et de conservation des monuments et sites (préservation du patrimoine naturel et bâti). Ainsi que par la rentabilité locative des terres</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Sensibilisation des adhérents à l'importance de la préservation du milieu naturel et bâti (changement de perception des touristes) ✓ Soutien à l'agriculture et à l'aménagement du paysage (entretien du paysage traditionnel) 	<p>zones à bâtir et à aménager. Accès routiers et pédestres</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Utilisation inadéquate des ressources. Cet épuisement des ressources naturelles est souvent hors taxes. Puisque les coûts environnementaux ne sont pas inclus dans les tarifs touristiques ✓ Utilisation économique de la générosité de la nature et des ressources non renouvelables (eau, sources...) ✓ Ressources eau : rythme saisonnier (usage privé, piscine, canons à neige) ✓ Pollution atmosphérique et sonore (véhicules privés, plus de 50%, des déplacements, et par là des émissions, proviennent du tourisme) ✓ Architecture des zones de vacances peut révéler une fracture entre le patrimoine construit existant et les nouvelles constructions dont l'intégration est plus difficile
<p>Société</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maintien et création d'emplois, garant d'une économie de survie des populations de montagne ✓ Apports de recettes améliore les conditions de vie des populations locales (meilleures conditions de transport, d'habitat) ✓ Quantité plus importante d'équipements au bénéfice des populations locales grâce au tourisme 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Emplois saisonniers, difficulté à assurer une survie permanente. ✓ Souvent les habitants n'ont pas la formation nécessaire et ne peuvent obtenir les emplois intéressants ✓ Exigences croissantes concernant les ressources peuvent être à l'origine de la perte d'emplois dans les secteurs traditionnels (agriculture) ✓ Résidents ne profitent pas toujours des aménagements touristiques ✓ Résidents doivent supporter les coûts (les infrastructures)

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

		et hausse du cout de la vie, menace de leur qualité de vie
--	--	---

Tableau 01 : Les avantages et les inconvénients de l'activité touristique sur l'économie, environnement et la société. (Chabbi. K, 2006, p17-18-19)

II.1.5. L'offre touristique

L'offre touristique est « l'ensemble de biens et de services touristiques pouvant être présentés sur le marché à un prix donné. ».(Tessa. A, 1993, p32)

« On peut définir l'offre touristique comme l'ensemble des produits et des services nécessaires pour satisfaire les besoins des consommateurs en ce qui concerne les vacances et les voyages. Ces produits touristiques peuvent prendre des formes très diverses ; ils peuvent contenir l'un ou plusieurs des éléments suivants : le transport, l'hébergement, la restauration, les attractions et les activités touristiques. L'offre touristique doit être concrète et susceptible d'être consommée. ». (Stafford. J, 1996, p27)

L'offre touristique possède certaines caractéristiques dont on doit tenir en compte, il faut souligner (Guibilato. G, 1983, cite dans Stafford. J, 1996, p29) :

- Son caractère disparate ; elle recouvre un grand nombre d'activités : par exemple, certains relèvent de la haute technologie (les transports aériens) tandis que d'autres font appel à la dimension plutôt culturelles (la cuisine, les arts). Les diverses facettes de l'offre ont donc des objectifs et des normes difficiles à harmoniser.
- L'offre touristique a aussi un caractère rigide ; l'ensemble des ressources et des infrastructures est difficile à modifier à court terme.
L'ajustement à la demande se fait souvent avec beaucoup de lenteur et les couts inhérents aux changements contribuent à rendre l'offre touristique relativement inélastique.
- Le caractère intangible de la demande touristique va aussi affecter l'offre : les motivations et les besoins de l'acheteur sont complexes et faits d'images quelque fois difficiles à matérialiser dans un produit précis.

II.1.6. Infrastructures touristiques

II.1.6.1. La capacité de charge touristique :

C'est le nombre de touristes qu'un lieu (un système touristique) peut recevoir sans en être durablement modifié. Les multiples définitions de ce terme reposent toutes sur la volonté de trouver quantitativement le nombre idéal de touristes pouvant fréquenter un lieu sans le transformer de manière préjudiciable, ce qui est évidemment une illusion. Ce terme a été forgé

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

à partir des sciences physiques, le lieu mis en tourisme étant conçu comme un matériau solide sur lequel s'exerce une pression l'étirant et pouvant provoquer à terme sa modification irrémédiable. (geoconfluences.ens-lyon.fr/)

Certains opérateurs touristiques plus avisés préfèrent la notion plus vague de "Capacité d'accueil". Si la quantification d'une capacité de charge repose sur une illusion scientifique, il n'en demeure pas moins que les gestionnaires des lieux touristiques peuvent être fondés à limiter le nombre des touristes dans un lieu, en fonction de la prise en compte de la qualité de la visite touristique comme du souci d'atténuer l'impact d'une fréquentation sur un milieu jugé fragile. (Ibid)

II.1.6.2. La capacité d'hébergement :

La capacité d'hébergement désigne le nombre de lits qu'offre l'ensemble des hébergements d'une destination touristique. On distingue généralement les hébergements relevant du secteur marchand (camping, hôtels, résidences de tourisme, locations mises sur le marché) du secteur non marchand (chez des parents et amis). (Ibid)

II.1.6.3. Infrastructures d'accueil touristiques :

Ensemble des travaux de réalisation des infrastructures de base pour les espaces et les étendues destinées à accueillir des investissements touristiques. Il est matérialisé par des études qui fixent la nature des aménagements et la typologie des activités des infrastructures projetées, Selon Gérard Beaudet et Myrabelle Chicoine : *«Centres historiques, grands monuments, campagnes-paysages, littoraux, montagnes, déserts et forêts constituent la matière première et le terreau du tourisme. Mais, le tourisme étant, par définition, inscription de trajectoires dans l'espace géographique, routes, canaux, chemins de fer et gares, autoroutes, ports et aéroports lui sont indispensables. Si ces infrastructures et les équipements qui leur sont associés ne lui sont pas exclusifs, ils lui sont intimement liés, au point parfois de devenir eux-mêmes, à l'instar de l'Orient-Express ou des paquebots de croisières, attractions»*. (Beaudet, G, Chicoine. M, 2008, p3-4).

Les infrastructures d'accueil touristique se divisent en trois parties complémentaires, constituant ensemble le produit touristique (Bessaid. M, Karaouzene. S, 2012-2013, P 162) :

- Infrastructure de dessertes : routes ; aéroport ; télécommunication.
- Infrastructure de service : banque ; service ; hygiène
- Infrastructure touristique : équipement hôtelier ; équipements collectifs d'animation, centres commerciaux.

II.1.6.3.1. Infrastructure touristique (équipements touristiques) :

- A. **Complexe Touristique** : Ensemble d'installations hôtelières et d'équipements de loisirs aménagés en un lieu favorisant le dynamisme, très vivant qui dégage des ambiances de vacance.
- B. **Les établissements hôteliers** : Il est considéré comme établissement hôtelier, tout établissement qui exerce une activité hôtelière. Et comme activité hôtelière toute utilisation d'une infrastructure destinée principalement à l'hébergement ainsi que la fourniture des prestations qui lui sont liées. Cette infrastructure se compose d'établissements d'hébergement qui sont :
- **Les hôtels** : ce sont des structures d'hébergement aménagées pour le séjour et la restauration des clients.

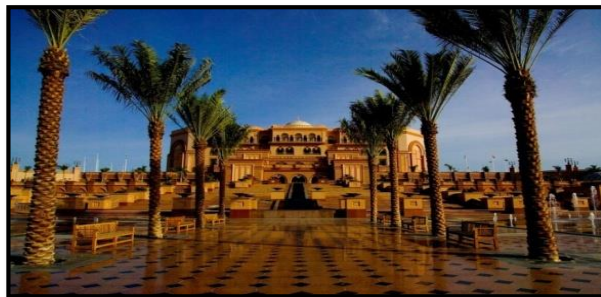


Figure 01 : Un des hôtels les plus luxueux : Le Palais des Émirats, à Abu Dhabi
(<http://selection.readersdigest.ca/voyage/destinations-de-voyage/les-10-hotels-les-plus-luxueux-du-monde/>)

- **Les motels ou les relais** : ce sont des structures d'hébergement construites en dehors des agglomérations, directement accessibles d'une route ouverte à la circulation des véhicules à moteur.



Figure 02 : Saint James Paris - Relais et Châteaux
(https://www.tripadvisor.fr/Hotel_Review-g187147-d222913-Reviews-Saint_James_Paris_Relais_et_Chateaux-Paris_Ile_de_France.html)

- **Les villages de vacances** : ce sont des ensembles de structures d'hébergement construites en dehors des agglomérations et offrant des logements pavillonnaires constitués de petits appartements familiaux.

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme



Figure 03 : Village-vacances Pueblo Acantilado Suites en Espagne.

(<https://www.vacanceselect.com/fr/village-de-vacances/espagne/costa-blanca/village-vacances-pueblo-acantilado-suites/51458>)

- **Les résidences touristiques** : ce sont des infrastructures d'hébergement situées en dehors des agglomérations et dans des lieux connus pour leur aspect naturel spécifiques et disposant d'un hébergement doté d'appartements meublés.



Figure 04 : Résidence Le Cannes Beach, France

(<http://www.booking.com/hotel/fr/cannesbeach.fr.html>)

- **Les auberges** : doivent être situées en dehors des agglomérations, comportent un minimum de 6 chambres et assurent le service du petit déjeuner.



Figure 05 : Auberge de Jeunesse à Varsovie,

(<http://www.vanupied.com/varsovie/hotel-varsovie/auberge-de-jeunesse-a-varsovie-bonnes-adresses.html>)

- **Les pensions** : doivent comprendre de 5 à 15 chambres et offrent au moins le petit déjeuner.

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

- **Les chalets** : ce sont des habitations en bois destinées à une clientèle fréquentant les stations balnéaires et /ou les montagnes, avec ou sans ameublement. Elles sont disponibles en location au jour, à la semaine, au mois ou à la saison.



Figure 06 : Les Chalets de la Tania en France
(<http://www.infoski.com/accommodation/les-chalets-de-la-tania/>)

- **Les bungalows** : le mot bungalow vient de l'hindi, il désignait à l'origine une habitation faite de matériaux légers. Par extension, dans le monde du camping, le bungalow désigne soit un petit chalet rustique qui se perd de plus en plus au profit du vrai chalet_ soit un abri de grosse toile, avec des chambres en toile, et généralement équipé pour la location saisonnière.



Figure 07 : Le bungalow coté - Photo de PludhayaResort and Spa, Ayutthaya
(https://www.tripadvisor.fr/LocationPhotoDirectLink-g303897-d1736810-i41533860-Pludhaya_Resort_and_Spa-Ayutthaya_Ayutthaya_Province.html)

- **Les terrains de camping** : ce sont des espaces aménagés dans le but d'assurer de manière régulière, le séjour des touristes dans :
- Des caravanes tractées.
 - Des équipements légers apportés par eux sur place.



Figure 08 : Terrain de camping :(<http://www.campinglacristal.com/>)

CHAPITRE 1: concepts de base sur le tourisme

- **Les gîtes d'étape** : ce sont des résidences privées que leurs propriétaires ou occupants exploitent comme établissement d'hébergement. Ces établissements offrent au plus 5 chambres et le prix de location comprend le petit déjeuner servi sur place.



Figure 09 : Les gîtes d'étape:

(<http://www.chambre-hote-gite-cabane-sisteron.com/location-gite-etape.html#.WE1vm7LhDIU>)

C. Les centres commerciaux :

Un centre commercial est un ensemble de boutiques regroupées autour d'une ou plusieurs locomotives (Grande surfaces alimentaires et spécialisées) assurant un flux de clientèle ou de prospects.

(Pour le CNCC (Centre national des centres commerciaux) un centre commercial comprend au moins 20 magasins ou services pour une surface de vente d'au moins 5000 M2) (www.definitions-marketing.com)

II.2. Section 2 : le tourisme balnéaire

Dans cette section nous présenterons le tourisme balnéaire et les principaux concepts liés à cette notion.

II.2. 1. Le littoral

« Le littoral est un espace géographique qui ne se laisse pas enfermer dans une définition simple, zone vulnérable en constante évolution. » (Mackelbagh.A, 2009, p5)

Il est aussi défini comme étant *« la lisière de contact entre les éléments milieu étroit par définition terrestre et hydrologique, et exceptionnellement menacé, fragile. »*. (G.cazes et R. lanquar 2004, p11)

Ainsi, Le littoral marque le contact entre mer terre, et air et englobe l'ensemble de la zone dans laquelle *« les processus morphogénétiques sont substantiellement altéré par la proximité de la convergence des interfaces. »*. (Bernard.C, 2004, p33-34)

II.2. 2. Le tourisme balnéaire

II.2.2.1. Définition :

Selon le dictionnaire le parisien : Le tourisme balnéaire : «*c'est le tourisme des vacances au bord de mer* ».

Le tourisme balnéaire est la première forme touristique apparue, Il constitue la forme de tourisme la plus répandue dans le monde. Le soleil, la cote, la plage, la mer, l'eau, les vues scéniques exceptionnelles et la diversité biologique riche (les oiseaux, les baleines...) constituent des attraits indéniables pour les touristes. (dictionnaire.sensagent.leparisien.fr)

Le ministère du Tourisme en France préfère utiliser la dénomination tourisme littoral, afin de ne pas inclure seulement les stations balnéaires, mais aussi les villes un peu plus dans les terres. (ibid)

II.2.2.2. Naissance du tourisme balnéaire :

Le tourisme - c'est-à-dire le voyage d'agrément - est apparu à la fin du XVIIe siècle en Angleterre, Les aristocrates anglais ont inventé la plupart des pratiques touristiques actuelles : aussi bien le tourisme culturel que le tourisme thermal ; et ce sont eux qui ont "découvert" que la mer et la montagne, des milieux jugés auparavant hostiles à l'homme, lui offraient d'extraordinaires bains de jouvence et terrains de sport. (Stéphane.L, 2008)

Depuis le XVIIIe siècle, au fil du temps, la grande diversité des fronts de mer du territoire français, de la Manche à la Méditerranée, a progressivement favorisé l'émergence d'un patrimoine balnéaire aussi riche que varié, parfois fragile et condamné à évoluer avec de nouvelles contraintes. (André.B, 2016)

C'est à partir du milieu du XIXème siècle que le tourisme balnéaire connaît un véritable essor, même si certains médecins prescrivaient dès le début du siècle à leurs patients aristocrates des cures d'hydrothérapie. En fait, l'apparition du tourisme balnéaire et des premières stations apparaît avec le développement des chemins de fer, et donc la possibilité d'atteindre les côtes au départ des villes intérieures. (hist-geo.ac-rouen.fr)

Ce tourisme a parfois été vécu comme intrusif par les populations locales (en Bretagne) et Vendée par exemple durant la 1re moitié du XXe siècle, souvent source de conflits pour l'espace (Renard. J, 1984) et responsable d'une forte périurbanisation, marquée en Europe dans les années 1960-80 par un héliotropisme (Côte d'Azur en France), puis report d'une partie du tourisme vers des zones tropicales (Thurot.JM, 1973), souvent fortement contrôlé par de grands groupes de l'industrie du tourisme. (Souissi. M, 2008)

II.2.3. Le concept de station balnéaire

II.2.3.1. Notion de station balnéaire : D'après la Commission Européenne, il existe deux types de destinations littorales (Nolwenn. D, 2007, p20-21) :

- La première catégorie concerne les destinations où l'activité touristique s'est développée autour de structures existantes, souvent de taille petite ou moyenne (villages de pêcheurs, bourg agricole ou centres administratifs) pour devenir de véritables agglomérations où l'activité touristique prédomine.
- La seconde, est la station balnéaire qui peut être considérée comme un système territorial de production et de distribution de biens et services de loisir (hébergements et équipements), ville touristique localisée sur le littoral dont la principale ressource économique est le tourisme lié à la mer (Eraud. I, 2007, p173), basée sur la valorisation des ressources humaines et naturelles (mer, climat, thermalisme,...) (European Commission, 2000). Il s'agit donc d'une ville littorale aménagée pour favoriser le tourisme balnéaire, soit les vacances au bord de mer et plus spécifiquement à la plage. (Ibid)

II.2.3.2. Définition de la station balnéaire

- Une station balnéaire (du latin statio, de stare : « se tenir debout » et de balnearium, de balneum : « bain ») est un lieu de séjour situé en bord de mer ou tout autre endroit présentant des bains aménagés pour l'accueil des vacanciers. (Dictionnaire encyclopédique Larousse, édition 1998, p 141)
- Elle constitue un lieu de séjour au bord de la mer et aménagée pour l'accueil des vacanciers. (<http://fr.thefreedictionary.com/balneaire>)



Figure 10 : Photo aérienne de la célèbre station balnéaire touristique du cap d'Agde dans l'Hérault (Photo-Aérienne-France.Fr)

Conclusion :

Le concept du tourisme par sa diversité et sa complexité englobe plusieurs formes et pratiques et influence plusieurs domaines comme l'économie et la culture qui semble être les plus bénéfiques de ce secteur et cela grâce à sa capacité d'attirer un très grand nombre de visiteurs et touristes créant une dynamique commerciale et économique pour la région ainsi que la promotion de la culture régionale pour une portée internationale. Le tourisme balnéaire (littoral), constitue l'une de ses formes les plus répondu et les plus anciennes dans le monde mais aussi la plus développée grâce au flux important qu'elle attire.

Aujourd'hui, le tourisme semble être mieux maîtrisé grâce au développement de l'offre touristique (hébergement, transport, services) d'où il ne reste pour le touriste que de choisir sa destination selon son propre gré. Ce choix dépend en réalité de l'attractivité des lieux ainsi dans le chapitre suivant nous aborderons cette notion d'attractivité touristique en développant ses paramètres d'attraits et de divertissements.

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

III. CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

Introduction

L'attractivité de certains lieux est généralement interprétée comme : « *L'élément de base sur lequel se développe le tourisme* ». (Lew, 1987, p. 553-575) Selon un spécialiste Américain en la matière, Clare A. Gunn : « *Sans attractions développées, le tourisme tel que nous le savons aujourd'hui ne pourrait pas exister.* ». (Clare. A. 1988, p 3-11)

Après avoir examiné dans un premier chapitre le concept du tourisme dans sa globalité et le tourisme balnéaire en particulier, nous avons jugé utile de consacrer un deuxième chapitre qui traitera un autre concept de notre thématique qui est l'attractivité touristique où nous allons essayer de donner sa définition ainsi que les définitions des différents concepts qui lui sont liés. Dans ce chapitre, afin de bien comprendre ce concept nous allons également essayer de l'étudier, à travers plusieurs approches ainsi que à travers l'analyse d'exemples.

III.1. Les notions de l'attractivité touristique :

III.1.1 La notion d'attraction et d'attractivité :

Selon le dictionnaire Reverso « *l'attractivité* » est définie de la manière suivante :

« *Qualité de ce qui est attractif, de ce qui exerce une attraction, pouvoir d'attraction* ».

« *Attractif* » étant défini lui-même par le dictionnaire Larousse comme ce « *Qui plaît, séduit, attire par son charme ; attrayant, captivant* », Quant à « *l'attraction* » est définie comme étant « *Action exercée sur les êtres animés par quelque chose (lieu, milieu, élément, etc.) qui les attire* ».

D'une manière générale « *l'attractivité* » renvoie à la capacité d'attirer et de capter par l'effet de l'exercice d'une force qui est « *l'attraction* ».

On déduit donc que les termes « *Attraction* » et « *attractivité* » sont liées l'un à l'autre et employées d'une manière indissociable de façon que nous ne pouvons pas obtenir une attractivité sans utiliser l'attraction.

III.1.2. La notion de l'attractivité touristique :

Dans un contexte mondial où les territoires sont en concurrence les uns avec les autres la notion d'attractivité demeure un objectif majeur. Elle est employée dans plusieurs domaines (économie, marketing, géographie, tourisme, sociologie, etc...) Alors elle recouvre des définitions multiples et variées.

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

Dans le domaine du tourisme, d'une manière générale « L'attractivité » est définie comme étant la capacité d'une destination à attirer des flux touristique vers elle. (Viceriat, Patrick et al, 2007, p58)

Cette définition met essentiellement le point sur « le flux touristique » en tant que caractéristique principale de l'attractivité touristique. En effet la qualité de cette dernière peut être déterminée par le nombre de touristes et aussi par la durée des séjours et surtout des dépenses générées par ces derniers.

Or, partant du fait que la notion « d'attractivité » est toujours relative à celle « d'attraction », un touriste qui quitte son espace habituel et fait le choix de se déplacer vers une destination (lieu) seulement s'il trouve quelque chose qui l'attire. En ce sens « l'attraction touristique » est généralement ce qui attire les touristes.

III.1.3. Attraction, attrait : quelle différence et quelle relation ?

Les termes attraction et attractivité sont deux termes souvent utilisés dans la littérature scientifique, à ce sujet un article intitulé « *Attrait, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional* » (François de Grandpré, 2007) qui a tenté de réduire la confusion qui est générée par ces termes toute en se basant sur quelques ouvrages spécifiques à ce sujet.

Dans son sens le plus large tel qu'elle est défini par Lew. A, (1987) L'attraction touristique consiste en l'ensemble d'éléments qui attirent le voyageur hors de son espace de résidence. (Ibid)

Cette définition rend difficile de distinguer ce qui est « attraction touristique » car dans ce cas cette dernière englobe plusieurs aspects à savoir : le paysage, l'activité, l'expérience et autres.

Une autre définition donnée par deux spécialistes Mac Cannell (1979) et Leiper (1990) qui considèrent que l'attraction est tout élément, tangible ou intangible qui a la capacité d'attirer un touriste par le baie d'une mise en valeur approprié de ressources naturelles ou culturelles. (Ibid)

De ce fait, la définition d'attraction reste générale et toujours floue.

Selon le même article contrairement à l'attraction, « l'attrait touristique » est défini d'une manière plus claire, il désigne les ressources naturelles et culturelles, donc c'est ce qui présent sur un territoire non pas à des fins touristiques mais qui peuvent attirer des touristes.

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

Quant à l'attraction et selon une autre recherche dans le même but menée par Galarneau (2015) en se référant à Kusen (2010) qui divise l'attraction en deux catégories, les attractions naturelles et les attractions artificielles.

Les attractions naturelles comme leurs noms l'indiquent c'est tout ce qui appartient à la nature et non pas été créés par l'homme, contrairement à celles-ci les attractions artificielles c'est tout ce qui est produit par l'homme. (Ibid)

À ce moment-là, nous constatons que les attraits font partie de l'attraction, surtout cette dernière, afin d'assurer l'attractivité, ne se base pas seulement sur ces attraits (ressources naturelles et culturelles) mais aussi sur d'autres éléments artificiels créés par l'homme.

III.2. L'évaluation de l'attractivité d'un territoire :

✓ Comment qualifier la dimension attractive d'un territoire ?

La première question qu'on doit poser lorsqu'on aborde la notion de l'attractivité c'est : pourquoi certains territoires attirent plus que d'autres ? selon Serge Gagnon : « *L'attractivité touristique d'un territoire dépend certes des qualités naturelles et spectaculaires d'un site, comme le majestueux fjord du Saguenay ou les chutes du Niagara, en Ontario. Cependant, l'agrément d'un territoire réputé pour ses charmes doit davantage à une ambiance qui motive le touriste à se joindre à ces lieux.* ». (Ibid)

Ainsi, nous pouvons nous baser sur la recherche de Lew (1987), qui a établi un cadre de référence sur les « attraits » touristiques, afin de répondre à la question d'asseoir une meilleure attractivité d'un territoire. Pour sa part, après avoir consulté plusieurs études sur le sujet, Lew propose une typologie en trois catégories pour circonscrire la valeur attractive des sites touristiques : approche géographique ; approche aménagiste ; et approche sociologique.

III.2.1. La qualification par approche géographique

Lew se réfère à des théoriciens comme Raoul Blanchard (1960) pour expliquer cette approche, ce dernier voit que les attractions d'ordre naturel et culturel passent en premiers lieu lorsqu'il s'agit de la détermination des localités touristiques, pour ensuite prendre acte des infrastructures en place (Blanchard.R, 1960). À partir de cela on peut dire que l'approche empiriste d'un site attractif fait référence donc à ses qualités naturelles (panorama, faune, flore, climat, etc.) et culturelles (histoire, population, monument, institution, etc...).

III.2. 2. La qualification par approche aménagiste:

Contrairement à la première, l'approche aménagiste, qui remonte aux années 1970, concerne moins les caractères des sites que les attraits en soi : « *les types d'attraits touristiques*

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

sont rapportés à des conditions de possibilité, voire à des Contextes : originalité, accessibilité, positionnement à l'égard de l'offre comparable, aménagement, planification, capacité de support du milieu, disponibilité en services, etc... , ». (Gagnon .S, 2007, P7)

De ce fait on déduit que quelque soient les qualités naturelles ou culturelles d'un lieu, ce qui fonde son attractivité touristique c'est son organisation spatiale et tout ce qui permet la mise en valeur d'un contenu évalué déjà comme un étant un potentiel touristique.

Selon Gagnon S en se référant à Normand Cazalais : « tout peut être un attrait et provoquer des déplacements, par exemple la mer, une église, etc., cependant, ces phénomènes ont une fonction première qui n'est pas touristique. Le fait d'organiser un phénomène Géographique peut lui permettre de devenir une attraction touristique, mais lui confère en l'occurrence une fonction seconde qui surdétermine la fonction première.». (Ibid)

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, de ce fait « deux grandes catégories d'équipements touristiques sont envisagées : les uns sont tributaires de l'existence d'une ressource (centre de ski alpin, station balnéaire, lieu du patrimoine), tandis que les autres, sont liés à la proximité d'un marché (terrain de golf, parc thématique, casino)». (Ibid)

III.2. 3. La qualification par approche sociologique :

Le troisième type d'approche en vue de discerner la valeur attractive des sites touristiques fait référence aux perceptions et aux expériences des touristes. L'attractivité dépend d'une quasi-connaissance de l'objet acquise par le touriste :

L'approche perceptuelle est fondée en partie sur une étude de Dean Mac Cannell , qui définit une attraction touristique comme : « *Une relation empirique entre un touriste, une vue et un marqueur.* ». (McConnell . D, 1989, p7)

De la sorte, la perception et l'appropriation de l'espace par le touriste définit en grande partie l'attractivité de celui-ci.

Neil Leiper (1990), de l'Université Massey en Nouvelle-Zélande définit l'attraction touristique comme étant un système articulé à partir de trois éléments : « *Une personne ayant des besoins touristiques, un noyau (tout élément ou caractéristique d'un lieu qu'ils pourraient visiter) et au moins un marqueur (Information sur le noyau).* ». (Leiper.N, 1990, p7)

Pour lui ; un touriste est un voyageur ou un visiteur qui cherche à vivre des expériences de loisir. Poussé par son propre désir de voyage et la curiosité de découvrir ce touriste est dirigé

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

vers un « centre organisateur » ou *nucleus* par un réseau de marqueurs ou *markers* tout au long de son itinéraire.

Ainsi, pour démontrer les éléments d'attractivité touristique mais aussi des exemples de l'application de ces approches, les grandes métropoles Européennes en font une bonne expérience :

III.3. Attractivité touristique (exemple des grandes métropoles européennes) :

Notre exemple porte principalement sur les grandes métropoles régionales françaises et européennes, et leurs zone d'influence géo-touristique

Plus récemment, depuis une vingtaine d'années, de nombreuses agglomérations européennes ont intégré, de manière différente, le tourisme et les loisirs dans leurs stratégies de renouvellement et de développement (Viceriat.P, Origet.C, Du culuzeau. M, Doublet.D, Grosd, 2007) :

III.3.1. les agglomérations qui ont mis le tourisme et l'évènementiel au centre de leurs stratégie :

Séville, Barcelone, Valence, Athènes,...Elles ont en commun les faits de :

- Créé un évènementiel majeur comme élément de lancement / dynamisation : (Exposition Universelle de Séville, Jeux Olympiques de Barcelone ou de Turin, Capitale Européenne de la Culture à Glasgow ou Lille ...) ou d'accompagnement (Coupe America à Valence)
- placé l'activité touristique au centre de leur projet, notamment de rénovation urbaine : reconquête du port ou du bord de mer à Barcelone pour en faire une vaste zone de loisirs, création d'un parc de loisirs à partir de l'Exposition Universelle à Séville, création de plusieurs équipements lourds à vocation touristique (Cité des Sciences, aquarium, ...) à Valence et reconquête des berges du fleuve, à Athènes : une large place laissée aux loisirs et au tourisme.

III.3.2. Le festival pour l'attractivité :

➤ **Le festival : définition et fonctionnement**

Selon Philippe Toussaint président de France Festivals : « *Les festivals sont des créations originales, toute différente les unes des autres, quant à leur taille, aux lieux qui les accueillent, à leur programmation. Ce sont toujours des organisations animées par un esprit de fête et de convivialité ce qui favorise l'émergence de publics nouveaux que le formalise parfois.* ».(Toussaint. Ph 2010, p98)

CHAPITRE 2: L'attractivité touristique

Au début le festival est défini comme « *une manifestation musicale se déroulant sur quelques jours dans un lieu particulier.* ». (Luc Benito, 2003, p5) puisque il été consacré uniquement pour la musique classique.

Aujourd'hui le festival dépasse la musique pour intégrer d'autres disciplines artistiques et non artistiques comme théâtre, cinéma, composition florale, ethnologie et folklore.

Luc Benito définit aussi le festival comme étant : « *une forme de fête unique, célébration publique d'un genre artistique dans un espace-temps, réduit à périodicité annuelle.* ». (Ibid)

➤ **La contribution du festival dans l'attractivité touristique d'un territoire :**

À travers l'exemple du Festival des Rencontres d'Arles que nous avons développé en annexe (voire l'annexe N°01), on peut déterminer l'impact de ce moyen d'attractivité sur le développement du tourisme dans un territoire. En effet, les retombées sur la ville et la région sont nombreuses et vont bien au-delà des seules retombées économiques. Il convient ainsi de souligner les bénéfices en termes de communication et d'image, qui contribuent au développement touristique du lieu. (Boret. A, 2005)

L'organisation d'un festival, si sa programmation est cohérente avec les caractéristiques du lieu et repose sur un projet artistique de qualité, contribue, en effet, à la valorisation de l'image de la ville, et donc au développement de l'attractivité touristique du lieu. (Ibid)

Conclusion :

La notion de l'attractivité est bien définie et précise étant donnée elle renvoie à tout ce qui est attractif et exerce une attraction, ce qui nous facilite la compréhension de la notion de l'attractivité touristique, qui est la capacité d'une destination à attirer et séduire des flux touristiques, mais ce qui semble un peu compliqué est de donner cette étiquette d'attractivité à un lieu.

Pour se faire, plusieurs approches sont mises au point par différents théoriciens comme l'approche : « Géographique » qui se résume aux attractions d'ordre naturel et culturel (attrait), « Aménagiste » qui nécessite l'intervention de l'homme (disponibilité de services, diversité d'équipements, d'acteurs, d'actions et d'évènements) et « sociologique » qui se base sur la perception et l'expérience des touristes. D'où chacune d'entre elles valorisent un ensemble d'attractions par rapport à d'autres, cela n'empêche que le regroupement de toutes les attractions étudiées dans les trois approches peut assurer une meilleure attractivité touristique. En effet, la création d'évènements peut également contribuer à l'attractivité touristique d'une destination donnée tels que les festivals, les jeux olympiques, etc..., Ainsi, quels sont les moyens d'attractivité privilégiés par certaines villes pour développer leurs tourisme, tel est la question étudié dans le chapitre suivant en prenant pour exemple Sousse et Barcelone.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV. CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Introduction

Dans les chapitres précédents, nous avons constitué un cadre référentiel pouvant orienter notre démarche, ainsi, les éléments de l'attractivité étant décelés, nous avons voulu rendre compte de la réalité sur le terrain concernant ces facteurs, ce en étudiant deux exemples dit réussis en matière de tourisme balnéaire.

Ce choix étant porté sur Sousse et Barcelone, ce chapitre traduit l'objectif d'un listing des facteurs clés pouvant rendre une ville balnéaire une ville dite attractive et attirant un flux permanent pour ensuite s'attaquer au cas d'étude de Bejaia, centre de notre recherche, en recensant ses atouts et en cernant son contexte.

IV.1. Sousse : un exemple d'attractivité réussite

IV.1.1. Pourquoi l'exemple de Sousse ?

La ville de Sousse est une des plus grandes villes touristiques en Tunisie et connue mondialement. A cet effet, elle constitue un exemple de ville ayant développée une attractivité touristique reconnue en particulier le tourisme balnéaire. Ainsi, nous avons choisi cet exemple d'une part qu'elle est une ville méditerranéenne avec une façade maritime de 75 kilomètres, classée la troisième ville tunisienne après Sfax et Qairouan sachant que ses dernières sont des villes industrielles alors que Sousse est une ville touristique par excellence, elle présente alors des ressemblances d'ordre climatiques et morphologiques avec la ville de Bejaia, et d'autre part elle offre une multitude de moyens d'attractions dont nous pouvons nous étalonner afin d'améliorer la situation touristique de Bejaia et sans oublier son riche patrimoine.

IV.1.2. La Tunisie :

La Tunisie est un pays Nord-africain d'une surface de 163 610 kilomètres carrés (la superficie officielle donnée par l'État) et abrite une population de 10 982 754 habitants (institut national de statistique, 2014), occupe la façade du Maghreb donnant sur la Méditerranée, et profite de l'espace libéré entre une double façade maritime et le Sahara par le démantèlement des formations montagneuses qui délimitent l'Afrique du Nord de l'Atlantique à la Méditerranée orientale, Autrement dit, la Tunisie est le pays qui présente



Figure 11 Tunisie

Livre spécial Tunisie, collection 2009, p4

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

le relief le plus plat du domaine maghrébin, une suite de plaines ordonnées en front de mer .

Le tourisme est l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie de la Tunisie ainsi qu'une source de devises pour le pays (Bilan du secteur touristique en Tunisie, 2010) dont il contribue directement à l'économie tunisienne s'élevait à 5,51 milliards de dinars (2,63 milliards d'euros) en 2013, soit 7,3% du PIB, Il génère environ 350.000 emplois directs et indirects, selon le dernier rapport du World Travel & Tourism Council (WTTC) sur la Tunisie. (Isabelle de Foucaud, 2015)

IV .1.3. Présentation de la ville de Sousse:

Le gouvernorat de Sousse est situé sur le littoral de la région du centre-est et s'étend sur 2669 kilomètres carrés à peu près 1.7% de la superficie totale de la Tunisie, elle est bordée à l'Est par le méditerranée sur une longueur de 75 kilomètres et à partir du nord et du nord-ouest le gouvernorat de Nabeul, Zaghouan, de l'ouest le gouvernorat de Kairouan de sud et de sud -est le gouvernorat de Monastir et Mahdia (Ministère du Développement Régional et de la Planification, 2011).

« Capitale » du Sahel tunisien (qui est constitué de Sousse, El Jem, Monastir et Mahdia) elle est souvent surnommée la « perle du Sahel » pour ses longues plages, sa côte et ses stations balnéaires qui font d'elle la première ville touristique du pays et chef – lieu du gouvernorat du même nom, Sousse est une ville portuaire de l'est de la Tunisie, située à 140 kilomètres au sud de la capitale. La population de sa municipalité est quelques 200 000 personnes, alors que son agglomération avoisine les 500 000 habitants. Ce qui fait d'elle la troisième agglomération du pays après Tunis et Sfax. (Spécial Tunisie, 2009)

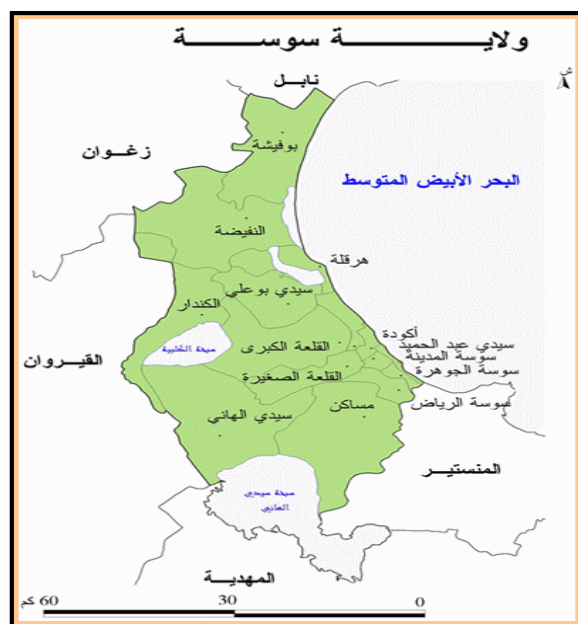


Figure 12 Wilaya de Sousse (Document Ministère du Développement Régional et de la Planification, Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse, 2011)

IV .1.4. Les atouts touristiques de la wilaya de Sousse :

La ville de Sousse doit sa réputation de capitale incontestée de cette région à un certain nombre d'atouts:

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

1. **La médina de Sousse:** Parmi les différents centres d'intérêt qu'offrent la ville de Sousse, la Médina, chargée d'histoire, classée au patrimoine mondial de l'Unesco (inscrite en 1988). (Sousse-tunisie.fr)



Figure 13 Medina de Sousse : (<http://www.cap-voyage.com/sousse-tunisie-414/>)

Elle renferme des monuments de grande importance :




Monument	Description et images
<p>➤ <u>Le Ribat de Sousse:</u></p>	 <p>Figure 14 : Le ribat de Sousse (http://www.patrimoinedetunisie.com.tn/fr/monuments/ribat_sousse.php)</p>
<p>➤ <u>La grande mosquée de Sousse:</u></p>	 <p>Figure 15 : La grande mosquée de Sousse (http://www.patrimoinedetunisie.com.tn/fr/monuments/mosquee_sousse.php)</p>
<p>➤ <u>Le musée archéologique de Sousse :</u></p>	 <p>Figure 16 : Le musée archéologique de Sousse (http://visiter-sousse.blogspot.com)</p>

Tableau 02 : les monuments de la médina de Sousse

(Auteurs, 2016/2017)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

2. Les événements culturels

Sur le plan culturel, Sousse organise des manifestations culturelles tout au long de l'année tel que (Guide touristique de Sousse, 2014/2015) :

- Le Carnaval d'AOUSSOU (24 Juillet)
- Festival International de Sousse : Organisé annuellement pendant les vacances d'été. Les spectacles ont lieu en général au Théâtre Sidi Edhafer, au Théâtre Municipal et au Centre Culturel.
- Printemps de Sousse organisé annuellement pendant les vacances scolaires du printemps du 13 jusqu'au 27 Mars.
- Festival de la Médina organisé pendant le mois de Ramadan
- Festival International des Films pour l'Enfance et la Jeunesse (14 jusqu'au 28 Mars)
- Journées européennes du cinéma (novembre).

3. les atouts balnéaires:



Figure 17 : Le parcours de découverte de Sousse
(livre Spécial Tunisie, p9)

La route qui mène à Sousse est plus qu'une simple voie de transit, elle constitue un parcours de découverte offrant une diversité de paysages qu'attachants qui sont le reflet de la variété du pays lui-même : vignobles de Grombalia, vergers de Hammamet, cultures et oliveraies du Sahel, cette partie du littoral s'étendant du sud du golfe de Hammamet aux confins de la ville de Mahdia, sans oublier la mer.

3.1. Les plages :

Sousse avec un littoral méditerranéen qui s'étendent sur 75 kilomètres de long dotée des plages dont la plupart sont sablonneuses (Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse, P7), La plupart des plages de Sousse sont situées très près du centre-ville et de sa spectaculaire Médina. Les alentours permettent aux visiteurs de bénéficier de services complets : bars et restaurants, boutiques d'artisanat ou clubs sportif. (www.iberostar.com/fr/hotels/sousse/plages)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Ainsi, citons ces principales plages (Ibid) :

➤ **Plage de Port El-Kantaoui :**



Figure 18: Plage port el-Kantaoui :
(<http://www.iberostar.com/fr/hotels/sousse/plages>)

➤ **Plage du port de Sousse :**



Figure 19 : plage Sousse:
<http://www.iberostar.com/fr/hotels/sousse/plages>

➤ **Plage de Las Vegas**

➤ **Boujaafar**

➤ **Autres :**

Salloum, Enfida, Medfoun, Hergla, Chott Meriem, Hammam Sousse.

3.2. Les infrastructures hôtelières

« Sousse abrite 129 hôtels avec une capacité d'accueil totale de 51000 lits et fournit près de 20000 emplois directs en pleine saison. » (Nouveaux chiffres sur le Littoral Tunisien, P49)

Sousse est la troisième ville tunisienne avec un nombre de 2155 d'hôtels et de restaurant qui présente pourcentage de 9% après Tunis (24%) et Nabeul (12%) de l'infrastructure hôtelières de la Tunisie.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

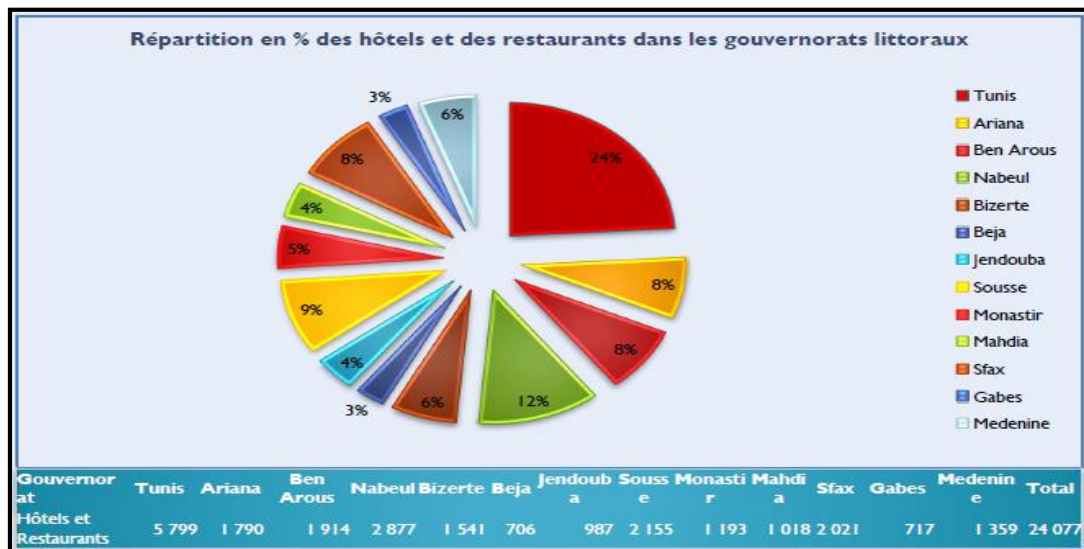




Schéma 2 : Répartition en % des hôtels et des restaurants dans les gouvernorats littoraux : Nouveaux chiffres sur le Littoral Tunisien, Agence De Protection Et D'Aménagement Du Littoral, p49.

Parmi les hôtels balnéaires de Sousse nous pouvons citer (Tunisie, p14, p16):

Hôtels	Présentation	Classement (étoiles)	Photos actuels
Hôtel Mövenpick	À Sousse, proche du centre-ville et directement sur la plage avec une vue panoramique sur la méditerranée.	05	 <p>Figure 20 : Hotel Movenpick (http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
Hôtel Tour Khalef	En bordure d'une plage de sable fin, dans un parc à l'entrée de Sousse.	04	 <p>Figure 21 : Hotel tour khalef:(http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

<p>Hôtel RiadhPalms</p>	<p>Directement en bord de mer, dans un jardin, à proximité du centre-ville.</p>	<p>04</p>	 <p>Figure 22 : Hotel Riadh Palms : (http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
<p>Hôtel Club Marhaba</p>	<p>Dans un parc abritant le complexe «Marhaba», directement en bordure de la plage, au cœur de la zone touristique de Sousse, pas loin de Port El Kantaoui.</p>	<p>05</p>	 <p>Figure 23 : Hotel club marhaba : (http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
<p>Hôtel Royal Kenz</p>	<p>Au cœur de magnifiques jardins, à 250 m de la mer et à 2 km de la marina animée de Port El Kantaoui.</p>	<p>04</p>	 <p>Figure 24 : Hotel Royal Kenz: (http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>

Tableau 03 : Les hôtels balnéaires de Sousse (Auteurs, 2016/2017)

3.3.La station balnéaire port El-Kantaoui

3.3.1. Présentation de la station :

Les stations balnéaires proposent des lieux de villégiature qui ressemblent à des villes. En ce sens, elles répondent certainement à un besoin d'urbanité que la clientèle touristique ne

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

trouve pas dans les hôtels isolés, malgré la présence des ingrédients urbains. (Les mondes urbains du tourisme, VIDAL Roland, P5)

Organisée autour d'un port de plaisance, et bien qu'elle soit orientée vers le tourisme balnéaire, la station de Port-el-Kantaoui comporte néanmoins des places et des jardins qui sont de vrais espaces publics et qui sont situés à distance de la plage. (Ibid)

Port El Kantaoui se situe le long de la route touristique la plus étendue de la Tunisie (www.sunshinevacances.fr), de sept kilomètres de plage, elle porte fièrement son surnom de « premier port-jardin de la Méditerranée » (Tunisie, air marin, garantie de voyage, p14), elle est la plus importante station intégrée de la Tunisie (Le magazine de la nouvelle Tunisie, p12), constitue un point d'attraction principal de la région de Sousse , entièrement construite en 1979 selon une architecture qui rappelle le village de Sid Saïd de son style arabo-mauresque tout fait de murs blancs écarlates, arcades, voûtes et ruelles largement fleuries pour être un centre de vacances et pour découvrir une autre facette du Sahel tunisien (Guide touristique de Sousse, 2015)

Port El Kantaoui est un lieu de divertissement, accueille un ensemble homogène et verdoyant d'hôtels, de résidences, de commerces et de lieux de loisirs, dont le cœur est constitué par un port de plaisance de 340 anneaux et un terrain de golf, mais aussi et surtout de nombreux événements parmi lesquels festivals, des régates, des scènes musicales et bien évidemment, compétitions golfigues, etc... (oopartir.com-le magazine du voyage)

La station est essentiellement conçue pour les piétons autrement dit un Village en majeure partie piétonnier, dont la planification de l'espace public précède et domine l'initiative privée. (Vidal. R, p6)

Kantaoui s'organise autour de son port de plaisance bien plus que dans sa relation à la plage, ce qui se traduit d'ailleurs par l'absence d'un «boulevard de la mer.». (Ibid)

3.3.2. ACCES A LA STATION :

- Par avion : à 20 kilomètres de l'aéroport de Monastir et à 130 kilomètres de l'aéroport de Tunis Carthage;
- Par autoroute : à 120 kilomètres de Tunis;
- Par bateau : de tous port méditerranéen, l'accès à EL KANTAOUI toute saison.

La station balnéaire el Kantaoui regroupe l'ensemble de moyens d'attractions qui font d'elle une destination touristique par excellence, on cite :

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

A. Le port de plaisance:

Port el Kantaoui est devenu une destination attrayante, un port de plaisance très fréquenté par une population mêlée de touristes et de tunisiens aisés, Tunisie Marina est situé dans la ville de Sousse, Proximité à un aéroport signifie que cette marina accessible par voie aérienne.

Port El Kantaoui est un port de classe internationale qui peut recevoir 340 bateaux de toutes catégories sur un plan d'eau de 4 hectares. (Société d'études et de développement de Sousse Nord, port el-kantaoui)



Figure 25 : Port El-Kantaoui:
(<http://51.255.195.60//Fr/image.php?id=505>)

B. Golf el-Kantaoui :

Au cœur de la station intégrée de Port El Kantaoui, à proximité de la Marina, El Kantaoui Golf Course est un parcours réputé, Construit en 1979, sur 103 Hectares en flanc de colline, le Golf d'El Kantaoui, domine la célèbre station d'El Kantaoui, le premier Port -jardin de la Méditerranée. Réalisé par une équipe internationale d'architectes. Il accueille de nombreuses compétitions, dont le tournoi annuel Tunisien Senior Open organisé chaque année. (Guide touristique de Sousse, Tunisie cap voyage, 2015)

Golf El Kantaoui présente un paysage panoramique traduit par sa situation en s'étalant du bord de la mer à la montagne, embelli par des lacs parsemés à l'intérieur du parcours décorés par des fontaines lumineuses et entouré par une chaîne d'Hôtels de toutes catégories.(Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse, Ministère du Développement Régional et de la Planification, République Tunisienne, p3)

Le golf se compose de deux parcours champion-ship situés chacun sur un terrain morphologique différent (Guide touristique de Sousse, Tunisie cap voyage, 2015) :

- Le "Sea Course", parcours plat en bord de mer
- Le "Panorama Course", qui serpente entre les collines et offre des vues panoramiques sur toute la station.

Parmi ses Caractéristiques :

- Golf de 27 trous par 108
- Terrain d'entraînement avec putting green et practice ground.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

- Équipement trolleys, voitures électriques.
- Un Club House luxueusement équipé avec vestiaires hommes et dames, Salon, Bar-Restaurant pour les repas entre amis, Pro-Shop, Matériel en location ; des trolleys, des voitures électriques et des sacs de golf
- Un terrain d'entraînement avec practice, putting-green, pitching green...



Figure 26 : Golf El-Kantaoui : (Guide de voyage, voyagé à partir de Sousse, tourisme de Sousse, p11.)

C. Les équipements touristiques de la station :





El Kantaoui est bâtie dans un style arabo-andalou, regroupe un ensemble d'infrastructures de haut standing dont on cite :

➤ **Les hôtels :**


Le village touristique présente un nombre important d'hôtels de différentes catégories avec une architecture typique de style arabo-mauresque dont on trouve (www.air-marin.ch):

Hôtels	Présentation	Classement (étoiles)	Photos actuels

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

<p>Hôtel Riu Impérial Marhaba</p>	<p>Implanté dans un grand jardin en bord de mer, à proximité du terrain de golf</p>	<p>05</p>	 <p>Figure 27 : Hôtel Riu Impérial Marhaba : (http://www.airmarin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
<p>Hôtel Riu Green Park Hôtel Riu Green Park</p>	<p>Directement en bord de plage, en face du golf et à 500m de la marina de Port El Kantaoui.</p>	<p>04</p>	 <p>Figure 28 : Hôtel Riu Green Park :(http://www.airmarin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
<p>Hôtel Club Alhambra Seabel</p>	<p>Dans un parc de 19 hectares longeant le golf et à 300 m de la plage.</p>	<p>04</p>	 <p>Figure 29 : Hôtel Club Alhambra Seabel : (http://www.airmarin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
<p>Hôtel Diar El Andalous Iberostar</p>	<p>Au cœur d'un vaste parc de 19 hectares, au bord de plage, en lisière du golf de Port El Kantaoui.</p>	<p>04</p>	 <p>Figure 30 :Hotel Diar El Andalous Iberostar: (http://www.airmarin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Hôtel Hasdrubal	Implanté dans un grand jardin au bord de mer et au cœur de Port El Kantaoui.	04	 <p>Figure 31 : Hotel Hasdrubal: (http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf)</p>
-----------------	--	----	---

➤ Les Maisons des Jardins :

Les Maisons des Jardins sont implantées sur une grande place jardin garnie d'arbres et de fleurs paradisiaques, agrémentée par une fontaine musicale de 30 mètres de diamètre.

Ces maisons sont bâties sous une architecture typiquement Tunisienne arabo-mauresque : maisons blanches aux portes cloutées et fenêtres à moucharabieh (balcon fermé par un grillage) peintes en bleu. (Ibid)



Figure 32: Maison jardin, station balnéaire el-Kantaoui :
(<http://51.255.195.60//Fr/image.php?id=505>)

➤ les Maisons de la Mer:

Les Maisons de la Mer sont situées autour du premier port jardin de plaisance de la Méditerranée : Port El Kantaoui, Elle offre une vue sur le port de plaisance et sur le golf, Conçues avec un même style arabo-mauresque. (Ibid)

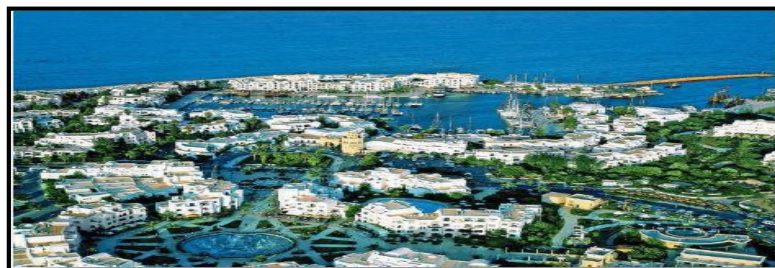


Figure 33: Maison de la mer station balnéaire el-Kantaoui :
(<http://51.255.195.60//Fr/image.php?id=505>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

D. Les centres de thalassothérapie

La station balnéaire el-Kantaoui dévoile trois(03) centres de thalassothérapie pour profiter de soins marins et en même temps que du soleil méditerranéen et de possibilités de loisirs et de découverte, alliant traditions tunisiennes et modernité. (www.guide-thalasso.com)

Dont on trouve (www.tourisme.gov.tn):

- Hasdrubal Thalassa & Spa: le centre de thalassothérapie d'une superficie de 5500 mètres carrés. (www.trivago.fr)



Figure 34: Hasdrubal Thalassa & Spa

(<http://www.trivago.fr/hammamet-215/hotel/hasdrubal-thalassa---spa-yasmine-hammamet-80330>)

- ElMouradi Palm Marina: Le centre de thalassothérapie intégré à l'hôtel, équipé d'une piscine d'eau de mer, 30 cabines de soins, hammam, 2 saunas et une salle de fitness. (www.viajesdesertrose.com)



Figure 35: El Mouradi Palm Marina

(<http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Brochures/Fr/BrThalasso.pdf>)

- El Mouradi Palace.

E. Le parc Hannibal

Parmi les dix meilleurs endroits à Port El Kantaoui, Le parc Hannibal, situé à Port El Kantaoui de Sousse permettant de découvrir la Marina, il est attirant par son manège agréable par différents jeu de loisir ainsi qu'il offre une très grande diversité de distractions. (www.madeinsousse.com)



Figure 36: Parc Hannibal, station porte el-kantaoui : (<http://www.madeinsousse.com/activites/item/573-hannibal-park-sousse>)

F. Excursions pour les touristes :

- Parcours en cargo pirate: Une des excursions pour le touriste est la promenade autour du port de Sousse et un parcours au long de la côte près de Sousse jusqu'à Monastir en un beau bateau pirate. (www.monnuage.fr)



Figure 37: Parcours en cargo pirate : (<http://www.monnuage.fr/point-d-interet/parcours-en-cargo-pirate-a83631#modal-27900>)

Synthèse

La ville de Sousse s'étend sur un territoire naturel recelant des richesses importantes et ce dans un climat méditerranéen favorable au développement des activités touristiques, et au rétablissement des malades. Ainsi, elle offre au voyageur les attraits du tourisme balnéaire et le charme des vieux quartiers historiques.

Pour le développement du tourisme dans cette ville plusieurs éléments sont mis en œuvre. En effet, Sousse compte un grand nombre d'infrastructures hôtelières touristiques sur le littoral, constitue une bonde séparative (sépare la plage de l'intérieur de la ville). Elle regroupe aussi un nombre de centres de thalassothérapie au bord de la mer afin de profiter des éléments du milieu marin (l'eau et le soleil méditerranéen)

Parmi les stratégies de création d'attractivité touristique, la côte de Sousse est reliée à celle de Monastir par la création d'un parcours touristique en cargo pirate.

Aussi, l'intégration d'une petite ville touristique (station balnéaire El-Kantaoui) qui a l'avantage de réunir toutes les animations et activités sportives, construite spécialement pour les vacanciers autour d'une marina (port El Kantaoui) et cela par:

- L'intégration de la culture tunisienne dans le balnéaire par l'application de l'architecture de style arabo-mauresque dans les constructions et cela démontrent combien les Tunisiens aiment leurs pays.
- La station s'organise autour de son port de plaisance bien plus que dans sa relation avec la plage, ce qui traduit par l'absence d'un boulevard de la mer.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV .2. Barcelone : la ville touristique par excellence

IV .2.1. Justification du choix :

Nous avons choisi d'analyser la ville de Barcelone d'une part en raison de sa situation sur le littoral méditerranéen ce qui est comparatif à notre cas d'étude (La Wilaya de Bejaia) et d'autre part le tourisme est un secteur très développé dans la ville de Barcelone, ainsi elle constitue une source d'inspiration et un exemple riche en enseignement de manière à nous permettre de tirer les facteurs d'attractivité et de développement du tourisme.

IV .2.2. Espagne :

L'Espagne est un pays du sud-Ouest de l'Europe, ouvert sur la méditerranée et sur l'Océan Atlantique, d'une superficie de 505 955 Kilomètre Carrés et d'un nombre d'habitats de 46600949 hab. (L'institut national de la statistique espagnol, 2015). Il a des frontières avec la France et la principauté d'Andorre au Nord, le Maroc au Sud, le Portugal.

Le tourisme en Espagne est un secteur très développé et contribue fortement à sa croissance économique, l'Espagne est le deuxième pays touristique au monde après la France avec 68 millions de touristes internationaux et avec 56,5 milliards d'euros de recettes. (Facts saillants OMT du tourisme, 2016)

IV .2.2. Présentation de la ville de Barcelone :

Barcelone se situe au Nord Est de l'Espagne, sur le littoral méditerranéen entre les fleuves le Besos et le Llobregat. Elle est la capitale économique, culturelle et administrative du Catalogne (une région du Nord de l'Espagne) et la deuxième ville la plus peuplée d'Espagne après Madrid et la sixième au niveau européen, elle compte 1'604'555 d'habitants. (Guide touristique de Barcelone, 2013 /2014)



Figure 38 : situation géographique d'Espagne (<http://e-sushi.fr/art-voyage/ville/carte-espagne-barcelone-images-et-photos>)

Le littoral barcelonais (Costa Barcelona) s'ouvre sur la méditerranée avec plus de 100 Kilomètres située entre la Costa Brava et la Costa Daurada. (Collectif, Auzias, D et Labourdette, J-P, 2015)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Il se compose de 3 parties :

- Costa Barcelona Sud.
- Le littoral de la ville de Barcelone
- Costa Barcelona Nord.

Le littoral de la ville de Barcelone (capitale) est donc la partie du littoral Barcelonais comprise entre la Costa Barcelona Sud et la Costa Barcelona Nord. (Guide, n'est pas disponible)

Barcelone est une des villes les plus attractives de l'Europe, elle est devenue aujourd'hui une destination touristique majeure qui a pu attirer 1,7 million de touristes en 1999, ce chiffre a remarquablement augmenté pour atteindre 8,6 millions de touristes en 2009 (Clarimont. S, Vles. V, 2010). Elle doit cette capacité pour une bonne part à ses organisations événementielles sportives et culturelles (jeux olympiques de 1992 et forum des cultures en 2004) et aussi à sa richesse architecturale. En effet, elle dispose d'un patrimoine archéologique important et de nombreux monuments hérités de Gaudi et d'autre grands maitres tels que la Sagrada Familia (1,2 millions de visiteurs/an) (Berdoulay. V et Clarimont. S, 2005), le palais Güell, la Casa Milà, le parc Güell, le Palais de la musique catalane et l'Hôpital de Sant Pau, etc...

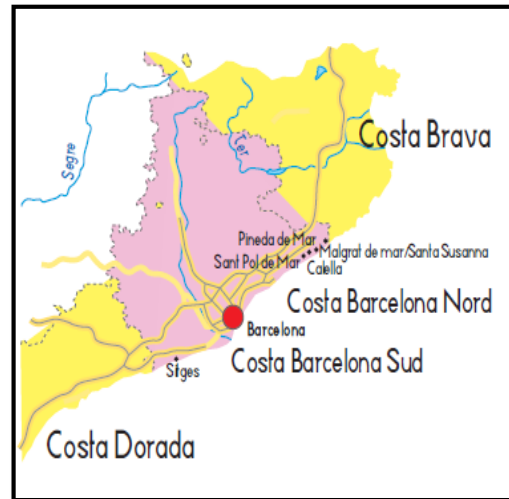


Figure 39: situation de la cote de Barcelone

(<https://www.be/sites/jestair/files/uploads/CoستاBarcelonaFR>)



Figure 40: Sagrada Familia

(<http://www.nationalreview.com/article/438535/sagrada-familia-catholic-architecture-barcelona-spain-2026>)



Figure 41: palais Güell (<https://www.vireemalin.fr/wp-content/uploads/2012/10/visiter-barcelone-le-weekend>)



Figure 42: Stade de football Camp Nou

(<http://a12.teztourisme.net/index.php/2015/11/22/sports-in-barcelone/>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

En outre, pour ses plages et ses infrastructures portuaires, Barcelone est également connue comme ville balnéaire du premier rang, dotée d'un des principaux ports croisière dans le monde, il attire chaque année plus de 2,5 million de touristes. (Euroregio Prineus Méditerrané, le tourisme en Catalogne, 2011)

Le tourisme balnéaire de Barcelone a connu son essor avec le projet de rénovation de la façade maritime réalisé par la ville en vue des jeux olympiques de 1992. Ce projet a commandé le lancement de plusieurs opérations (rénovation du vieux port, restructuration de tout le front de mer, agrandissement des plages, aménagement d'un nouveau port olympique, ...).

IV .2.3. L'attractivité touristique balnéaire à Barcelone : les facteurs d'influence :

Le littoral de la ville de Barcelone présente de nombreuses attractions touristiques réparties sur ses différentes composantes : ports, plages, etc...

IV .2.3.1. Le Port de Barcelone:

Il s'agit d'un port fortement diversifié, il regroupe en réalité cinq ports en un : port commercial, port de croisière, port logistique, port énergétique et port citoyen (Port Vell) (Dossier de presse de Barcelone, 2016). La majorité des attractions touristiques du littoral de la ville de Barcelone se concentrent dans ces ports.

IV .2.3.1.1. Le port de croisière, une attraction primaire pour le tourisme balnéaire à Barcelone :

L'attractivité du tourisme balnéaire de la ville de Barcelone repose essentiellement sur le secteur de la croisière, il connaît des retombées économiques importantes liées au pouvoir d'achat des touristes.

Barcelone est la principale escale des croisières qui transite par la méditerranée, le premier port en Europe et le quatrième au niveau mondial. En 2011, il a accueilli 900 escales de navires touristiques et 2,5 millions de passagers et 260 M€ de chiffre d'affaires (restauration, hôtellerie, services et transports). (Euroregio Prineus Méditerrané, le tourisme en Catalogne, 2011)



Figure 163 : Port de croisière de Barcelone
(<https://www.barcelona-tourist-guide.com/fr/transport/port-croisieres-barcelone.html>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Ce port dispose de 7 terminaux internationaux capables d'accueillir des navires de grande taille, quatre d'entre eux se situent sur le quai Adossat et les trois autres terminaux se situent au tour de deux équipements importants : le centre d'affaires (WTC) et le centre commercial (Maremagnum). (www.barcelona-tourist-guide.com)

Selon le lieu où ils sont situés, les terminaux peuvent être classés en trois catégories :

- Terminaux Adossat Quays : Situé dans le vieux port de Barcelone, le très long quai «Adossat», (Muelle Adosado) regroupe quatre terminaux (A, B, C, D) qui accueillent les plus gros bateaux de croisières de Barcelone.
- Terminaux World Trade Center : Il y a trois terminaux sur le quai World Trade Center (WTC) qui s'appellent terminaux Nord, Sud et Est. Le Terminal Sant Bertrand est également situé à proximité du WTC
- Maremagnum (Port Vell) : Il y a un petit terminal à Maremagnum (port Vell) mais ce terminal est surtout utilisé par les gros bateaux plutôt que par les bateaux de croisière. (Ibid)



Figure 44 : Plan des terminaux de départ de croisières :
(<https://www.barcelona-tourist-guide.com/fr/transport/port-croisieres-barcelone.html>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV .2.3.1.2. Le port de plaisance (port Vell) :

Avec le projet de rénovation du front de mer fait à l'occasion des jeux olympiques de Barcelone en 1992, le vieux port (port Vell) a été transformé en un port de plaisance après avoir été qu'une ruine comportant des entrepôts vides, des décharges publiques et des gares de tirages. (www.aviewoncities.com/fr)

Ainsi, cette rénovation est partie d'une friche vers un Port urbain ouvert aux citoyens et constitue un exemple d'intégration Mer-Ville reconnu mondialement, c'est l'un des espaces préférés des barcelonais et de touristes dont il reçoit plus de 17 millions de visiteurs chaque année (Dossier de presse, 2016). Il a une multitude d'attractions (équipements de loisirs, hôtels de Hauts gamme, clubs nautiques...).



Figure 45: Port Vell:

(<http://www.mooringspot.fr/ports/marina-port-vell-barcelone-places-de-port-amarrage-vente-achat-location-costa-brava-espagne.>)



Figure 46: Plan du port Vell: (<https://www.barcelona-tourist-guide.com>)

➤ Les attractions principales du port Vell :

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

A. L'aquarium de Barcelone:

L'aquarium de Barcelone est la plus grande attraction du port Vell, depuis son ouverture en 1995 il a accueilli environ 14 million de visiteurs (fr.barcelona.com) (1.6 millions en 1999) (Clarimont. S, Vles. V, 2010), c'est l'un des plus grands en Europe. Il compte 35 aquariums dans lesquelles vivent 11 000 animaux marins d'environ 450 espèces différentes. Il possède également un tunnel sous-marin en verre transparent de 80 mètres de longueur d'où les visiteurs peuvent observer les poissons et découvrir les fonds de mer. (Ibid)

En outre les aquariums, il propose des expositions ainsi que divers services tels qu'une cafétéria et une boutique de souvenirs, etc...(Ibid)



Figure 47: Tunnel de L'aquarium

(<https://bcn.barcelonapoint.com/fr/laquarium-de-barcelone/>)



Figure 48: Aquarium de Barcelone

(<http://alentoursbarcelone.blogspot.com/2013/06/laquarium-de-barcelone.html>)

B. Le centre commercial « Maremagnum » :

Le Maremagnum est un grand centre commercial constitué de divers magasins (magasins de vêtements, de souvenirs, d'objets de décoration, etc...) aussi bien d'autres services, cafétérias, restaurants et autres. Ce centre constitue également une des attractions touristiques du Port Vell où il reçoit environ 12 millions de visiteurs chaque année, aussi bien des résidents que des touristes. (www.gobcn.com)



Figure 49: Maremagnum de Barcelone : (<http://www.apartime.com/fr/guide-de-barcelone/boutiques-et-marches/maremagnum>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

C. World Trade Centre Barcelona :

World Trade Center est un grand centre d'affaire situé au bout du quai du port Vell entouré par la mer sur trois côtés, il constitue une attraction importante pour les touristes d'affaires. A cet effet il abrite des bureaux de location et un centre de conférences, de conventions et de réunions avec 20 salles offrant de superbes vues sur la mer, ainsi que d'autres services multiples (restaurants, pharmacie, agences bancaires, des services de photocopie, etc...). (www.alfatorres.es)

Il dispose également d'un Hôtel de 5 étoiles « le Grand Marina hôtel » qui a une piscine sur le toit, une salle de sport et une terrasse spacieuse. (Ibid)



Figure 50: World Trade Center Barcelona
(http://www.portvellbcn.com/en/live_port_vell/points_of_interest/det-world_trade_center_barcelona_i14418)



Figure 51: World Trade Center Barcelona
(<http://www.alfatorres.es/fr/travaux-recents/world-trade-center-barcelona>)

D. L'hôtel «W Barcelona» :

L'hôtel « W Barcelona » aussi appelé « Hôtel Vela » construit en 2009 par l'architecte Ricardo Bofill. Cet hôtel est le plus connu est le plus attractif, il attire une clientèle VIP et internationale en raison de sa situation stratégique et ses services luxueux (restaurants tenu par des experts, piscines, terrasses, etc...). (Auzias, D et Labourdette, J-P, 2012)



Figure 52: L'hôtel W Barcelona
(<http://les-bons-plans-de-barcelone.com/plages-de-barcelone-infos-et-conseils-pour-se-mettre-dans-le-bain/>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV .2.3.2. Le nouveau port olympique de Barcelone, une attraction pour les sports nautiques :

Le port olympique est un port de plaisance, construit en 1991 suite à l'évènement des jeux olympiques de 1992 en l'emplacement des friches industrielles qui se situait au bord de la mer, il est aujourd'hui l'un des endroits les plus visités et les plus populaires à Barcelone.

Le sport nautique est l'activité principale du port il possède 740 places d'amarrages (de 7,35 mètres de longueur) et offre un grand nombre de magasins nautiques, de restaurants et d'autres services annexes (centres commerciaux, cinémas, casinos, ...), il compte environ 85 établissement commerciaux.



Figure 53: Le port olympique
(<http://www.portolimpic.es/presentacion.php?i=4>)



Figure 54: Le port olympique, vue d'ensemble.
(<http://www.portolimpic.es/presentacion.php?i=4>)

IV .2.3.3. Les plages :

La ville de Barcelone possède sept plages autorisées à la baignade qui s'étendent sur longueur de plus de 4,5 kilomètres, elles sont toutes situées dans les quartiers Sant-Marti et Ciutat-Vella : La Barceloneta, San Sebastia, Nova Icaria, Bogatell, Mare Bella, Nova Mare Bella, Llevant.

Les plages de Barcelone connaissent une forte attractivité touristique surtout durant la période estivale, elles attirent chaque année un nombre important touristes locaux et étrangers. En dehors de leurs attrait naturel, ces plages offrent aux visiteurs de multiples services (douches, restaurants, bars...) ainsi que d'autres installations et équipements qui leurs permet de pratiquer divers activités sportifs et de loisirs tels que : les terrains de volley ou de football une aire de jeu pour enfants, une aire de la gymnastique, une table de ping-



Figure 55: Terrains de sport, plage Bogatell (<http://les-bons-plans-de-barcelone.com/plages-de-barcelone-infos-et-conseils-pour-se-mettre-dans-le-bain/>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

pong, et même une bibliothèque de plage (La Barceloneta et Mar Bella). (Ibid)

Une autre caractéristique importante de ces plages c'est qu'elles offrent des services complètement adaptées aux personnes à mobilité réduite (passerelles, douche, aide à la baignade...) (San Sebastia, Nova Icaria, Nova Mar Bella). (Ibid)



Figure 56: Bibliothèque de plage, plage La Barceloneta
(<http://les-bons-plans-de-barcelone.com/plages-de-barcelone-infos-et-conseils-pour-se-mettre-dans-le-bain/>)

IV .2.3.4. Les infrastructures hôtelières :

Barcelone dispose d'une forte capacité hôtelière, elle compte 397 hôtels dont la majorité sont classés en catégorie de 4 et 5 étoiles (Haut standing), soit un total de 36.924 chambres et plus de 72.000 places. (www.barcelonaconventionbureau.com)

Catégories	Hôtels	Chambres	Places
5 étoiles	17	2.965	5.922
5 étoiles	14	2.172	4.244
4étoiles	25	3.607	7.225
4 étoiles	144	16.563	32.615
3 étoiles	121	8.202	15.894
2 étoiles	39	2.045	4.032
1 étoile	37	1.370	4.032
Total	397	36.924	4.032

Tableau 04 : La capacité d'accueil hôtelière à Barcelone
(<http://www.barcelonaconventionbureau.com/fr/info/h%C3%A9bergement/9.html>)

Notons que ces dernière années on compte un nombre important d'hôtels implantés sur l'axe du littoral, parmi ceux-ci l'hôtel le plus connu et le plus attractif est « W Barcelona ».

Synthèse :

L'attractivité touristique balnéaire de la ville de Barcelone doit sa réputation et son efficacité à plusieurs facteurs dont :

- Le secteur des croisières (port de croisière), qui est le facteur de base.
- Le nombre et la qualité des infrastructures hôtelières (un nombre important dont la majorité de catégorie 4 et 5 étoiles).
- Les équipements et les activités sportives et de de loisirs : Port olympique, aquarium, centre commercial, centre d'affaire,...
- La qualité des plages (services, équipements et autre installations).

Ainsi, nous pouvons déduire que l'attractivité touristique s'est développé dans la ville de Barcelone grâce à ces facteurs, cependant, elle doit tous son développement à une stratégie visée crée par un évènement international qui est les jeux olympiques de 1992. La reconquête de friches industrielles et portuaires a favorisé l'orientation de la politique de la ville vers une politique de développement touristique.

IV.3. Le Cas d'étude : la wilaya de Bejaia entre enjeux et défis touristiques

IV.3.1. Le tourisme en Algérie :

L'Algérie est classée 124e sur 184 pays en termes de contribution relative du Tourisme à la richesse nationale (PIB)², selon un rapport sur l'impact économique du secteur touristique publié par le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC)³.

Le fort potentiel touristique du paysage et la grande volonté politique de diversifier l'économie les résultats ne constituent un moteur de motivation pour la croissance de tourisme en Algérie (Voir l'annexe n : 02) :

Le secteur de tourisme devait croître dans les prochaines années au rythme de 4.8% par an entre 2015 et 2025, indique l'organisme mondial. En 2014, l'investissement total dans le secteur du tourisme a atteint 160 milliards de dinars, soit 2,7% du total des investissements en Algérie. Après un bond de 7,6% de croissance en 2015, l'investissement dans le tourisme devrait augmenter de 5% par an jusqu'en 2025, avec un total de 279,5 milliards de dinars, estime le WTTC. (Ibid)

Par ailleurs, le rapport fait la différence entre le tourisme domestique et les visiteurs étrangers. Les dépenses des touristes algériens (interne) comptent 97% des dépenses dans le secteur du tourisme en 2014, indique l'organisme mondial. Les 3% restants des dépenses liées au tourisme sont donc des touristes étrangers. Ceci révèle le faible nombre de ressortissants étrangers qui visitent l'Algérie (Ibid), autrement dit, le tourisme algérien est loin d'être ouvert mondialement.

IV.3.2. Bejaia dans l'Algérie :

La wilaya de Bejaia fait partie du pôle Nord Centre qui est l'un des six pôles d'excellence touristiques retenus dans le SDAT⁴. En effet, dans le SNAT⁵ 2030, ce pôle se compose en plus d'Alger, Tipaza, Boumerdes, Blida, Chlef, Ain Défla, Médéa, Bouira, et Tizi-Ouzou (SDAT 2012, P31) La vocation principale du pôle est selon le SDAT (SDAT 2012, P12), le tourisme balnéaire, essentiellement destiné pour des clientèles internationale et nationale, d'autres gisements comme le tourisme d'affaire, du sport et nature, de l'écotourisme, prennent la seconde place.

IV.3.3. Présentation de la wilaya :

IV.3.3.1. Situation géographique : La wilaya de Bejaïa est située au nord-est d'Algérie. Elle s'étend sur une superficie de 3 261, 26 kilomètres carrés. Elle a des limites administratives avec cinq régions qui l'entourent (Tizi Ouzou et Bouira à l'ouest, Jijel à l'est et Sétif et Bordj-Bou-Argeridj au sud). (IDIR. M, 2013, p13)

² PIB : Produit intérieur brute

³ <http://www.tsa-algerie.com/20151103/lalgerie-en-queue-depeloton-dans-le-classement-mondial-du-tourisme/>

⁴ SDAT : Schéma directeur d'aménagement touristique.

⁵ SNAT : Schéma nationale d'aménagement touristique.



Figure 57 : La Situation géographique de la wilaya de Bejaia (ANDI 2013, MONOGRAPHIE Wilayas-Bejaia)

La wilaya de Bejaia est une région côtière du centre Est insérée entre les grands massifs du Djurdjura, des Bibans et des Babors et s'ouvrant sur la mer méditerranée avec une façade maritime de plus de 100 kilomètres, alternant criques rocheuses et plages de sable fin d'Est Ouest, classée selon le SNAT 2025 comme un territoire compétitif et très attractif (ANDI⁶, 2013. Monographie Wilayas –Bejaia), inscrite aussi dans le Pôle d'Excellence et de compétitivité qui intègre les wilayas ci-après : « Sétif-Béjaia-B.B.Arréridj-M'sila » orientée principalement sur les domaines d'activité de la plasturgie, la biotechnologie et la productique. (Ibid)

IV.3.3.2. Situation démographique :

La population totale de la wilaya à la fin 2009, est estimée à 924 280 habitants d'où la densité de 28 habitants/Km², la distribution de la population fait ressortir que 61 % des habitants vivent dans les chefs-lieux, 26 % dans les agglomérations secondaires et le reste dans des hameaux et les zones éparses. Ainsi, la population vivant en agglomération représente 87,6 %. (Ibid)

IV.3.3.3. Le relief :

La wilaya est aussi marquée par l'importance du relief montagneux (3/4 du total), coupé par la vallée de la Soummam et les plaines situées près du littoral. (Ibid)

IV.3.3.4. Le climat :

La frange du littoral qui a un climat doux bénéficie des influences de la mer. Elle reçoit en moyenne 800 à 1100 millimètres de pluie par an. (Ibid)

IV.3.4. Potentiel touristique de la wilaya de Bejaia :

Pour identifier le potentiel touristique dont dispose la région de Bejaia, nous avons procédé à l'inventaire de ses ressources. L'inventaire que nous avons retenu s'inspire largement

⁶ ANDI : Agence nationale de développement

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

des données (Agence nationale de développement ANDI 2013)- Monographie Wilayas – Bejaia) et d'un travail de terrain comportant plusieurs actions (recherche bibliographique et visites de sites)

Étant donné que l'atout majeur qui donne à la wilaya de Bejaia sa vocation touristique est l'hétérogénéité de son relief (mer, montagne, forêt), ce qui ouvre la voie à plusieurs formes de tourisme, nous avons classé ces ressources comme suit :

IV.3.4.1. Ressources naturelles :

A. Les ressources liées à l'eau

Selon le SDAT 2013, on trouve dans cette catégorie les éléments suivants : littoral (mer, plage et curiosités), ressources thermales, lacs et cascade:

➤ Le littoral :

Le littoral de la wilaya de Bejaïa renferme l'un des plus beaux golfs au monde (Golf de Bougie), elle dispose d'une situation géographique ouverte sur la Méditerranée, connue pour être une région balnéaire par excellence avec 100 kilomètres, définis en côte Ouest et côte Est.

La côte Est, d'une longueur de 45 kilomètres, s'étend du Cap Bouak à l'ouest jusqu'à Ziama Mansouria à l'Est, la côte Ouest s'étend sur une longueur de 55 kilomètres, entre le cap Bouak à l'Est et l'embouchure de Béni Ksila à l'Ouest. (SDAT 2013)

➤ Les plages :

La mer et la plage sont les principaux atouts du littoral de la région. Bejaia compte environ 44 plages dont 33 sont autorisées à la baignade et 11 sont non autorisées (Voire l'annexe N : 03).

La côte Est, ses plages sont faites de sable fin et d'une mer azurée méditerranéennes, et peu profonde, Elles présentent une plaine qui sert de tampon avec les montagnes. Alors que, la côte Ouest ses plages prennent les formes de petites baies et de presqu'îles de sable fin et de roche, ponctuée par des avancées rocheuses. (Ibid)



Figure 58: Plage de Boulimat : (SDAT 2013, p96) Figure 59: Plage de Tichy (SDAT 2013, p96)

➤ Les curiosités :

Le littoral de la région brille avec ses curiosités variés et diversifiés, offertes par la nature et d'autres aménagées par l'homme. Tout au long de ce littoral, nous avons dénombré 16 curiosités, Il s'agit de :

la corniche des falaises -le cap Aokas- la grotte féérique-la baie de Sidi Yahia (la promenade de Léonardo Fibonacci)-le bois des oliviers-le cap Bouak-la baie des Aiguades-la pointe noire-la corniche du grand phare-le cap Carbon et le Grand Phare-le pic des singes-la crête de djebel Gouraya-l'anse deTamelah (les salines)- la zone sauvage de la partie nord de Gouraya-l'île des Pisans et le cap Sigli. (Ibid)



Figure 60: Le cap Carbon, (SDAT 2013, p101)



Figure 61: Pic des singes (SDAT 2013, p85)

➤ Les cascades :

La région de Bejaia abrite une importante chute d'eau en Algérie, c'est la cascade de Kefrida (tire son nom du latin : Aquae Frigida, qui veut dire l'eau fraîche). Elle est située dans la commune de Tskriout (50 kilomètres du chef-lieu de la région), à 8 kilomètres du cap Aokas sur un col entre deux sommets montagneux : l'Adrar Djama n'Siah à l'ouest et l'AblatAmellah (altitude 1 364 mètres) à l'est dans la chaîne des Babors. Elles ont une hauteur totale de 50 mètres. Les cascades sont au nombre de trois. Les chutes d'eau prennent naissance à Tala Kefrida, à environ 800 mètres, La cascade attire les touristes le long de l'année Du fait qu'elle est inscrite dans un en pleine forêt dans un magnifique paysage montagneux. (Ibid)



Figure 62: Cascade de Kefrida (SDAT 2013, p98.)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

➤ Les lacs :

La région de Bejaia recèle plusieurs zones humides qui sont d'une grande importance pour le tourisme exploitées principalement dans les différents secteurs notamment agricole et industriel, Nous y recensons 10 zones :

- Le lac d'Ighil-Emda (Kherrata) : situé au niveau de la commune de Kherrata, occupe une capacité de 110 millions de mètres cube.
- Le lac de Tichihaf: situé dans la commune de Bouhamza, ce lac occupe une capacité de 100 millions de mètres cube.
- Le lac de Mézaia : situé au cœur de la ville de Bejaia et récemment intégré au parc national de Gouraya.
- Le lac noir ou Augelminaberkan situés à Adekar en pleine forêt de Yakouren.
- Le lac d'Aguelminyikere: situé dans la commune de Tibane.
- Le lac d'Aguemoune et Tala Tinzour : commune de Beni Maouche.
- Le lac d'amizour
- Le lac d'Aldhloune : il situé dans la commune de Chellata.
- Le Aguelmin d'Ouansous: il situé au niveau de la commune de Tifra. (Ibid)

➤ Les sources thermales:

Bejaia possède trois sources thermales (Hammam de Sidi Yahia El-Aïdli, Hammam Silal et Hammam Kiria), Situées en zone montagneuse avec comme propriétés thérapeutique avérés le traitement des maladies pulmonaires, les maladies de la peau et les rhumatismes. Elles jouent un rôle important dans la promotion du secteur du tourisme. (Ibid)



Figure 63: Source Thermale de Sidi Yahia
(SDAT 2013, p145)



Figure 64: Hammam El SalhinSillal,
(SDAT 2013, p145)

B. Les ressources liées à la terre

On y recense dans cette classe : les montagnes, la flore et la faune et les parcs naturels :

➤ Les montagnes :

Parmi les grandes richesses naturelles de la wilaya de Bejaia : la montagne, elle est le symbole même d'une nature riche et préservée et la diversité de ses ressources naturelles.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

La wilaya de Bejaia se caractérise par un relief montagneux, les montagnes dominent sa région. En effet, elles occupent les $\frac{3}{4}$ du territoire soit 75% de sa superficie totale. Elles se présentent en deux massifs séparés de l'Est à l'Ouest par la vallée de la Soummam et détachées de la mer à l'Est par une plaine côtière. Au Nord, les massifs du Bouhatem et du Djurdjura et au Sud, les massifs des Babors (oriental et occidental) et des Bibans. (Ibid)



Figure 65: Les montagnes, (SDAT 2013, p 72)

➤ La faune et la flore

La région de Bejaia offre un terrain propice au développement d'une végétation variée et luxuriante. Deux espèces caractérisent la flore terrestre de la région, le chêne et le pin d'Alpe. Le massif des Babors abrite une espèce arbustive, unique dans tout le Maghreb et d'un grand intérêt écologique et scientifique, à savoir, le Sapin de Numidie. Sans oublier que la zone maritime de la région renferme une végétation maritime d'une grande richesse.

Quant à la faune, plusieurs espèces vivent dans la région notamment celles protégées par la loi à savoir : le singe magot, le renard, le porc épic et la genette le vautour fauve, le vautour percnoptère, l'aigle de Bonellie, le circaète jean le blanc, le hibou grand-duc, la chouette hulotte et la chouette effraie, la Perdrix, le Lapin, le Renard, le Sanglier,... etc. (Ibid)

➤ Le parc naturel

La région de Bejaia possède un seul parc naturel, à savoir le parc naturel de Gouraya, il présente de fortes potentialités écotouristiques en raison de sa richesse faunistique et floristique. Il constitue le plus petit parc national de l'Algérie, Le parc a été classé réserve de biosphère par le programme MAB de l'Unesco en 2004.

Le parc se situe dans la commune de Bejaia, s'ouvre sur la mer Méditerranée sur une longueur de 11,5 kilomètres de corniches et falaises tombant à pic dans la mer, Occupe une superficie de 2080 ha soit 10.21% de la surface totale de la commune de Bejaia, et 06% de la surface totale de la wilaya.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Le parc national de Gouraya renferme des richesses esthétiques exceptionnelles (la flore, la faune, site historique et site pittoresque). Grâce à sa proximité immédiate à la ville de Bejaïa, il offre une aire d'attraction en matière de détente et de loisirs. (Ibid)



Figure 66: La crête de Gouraya, (SDAT 2013, p 86)

IV.3.4.2. Ressources culturelles :

➤ Les monuments et les sites historiques

L'histoire de la ville de Bejaïa remonte aux temps préhistoriques, Ses 3000 ans d'histoire mouvementée font d'elle le réceptacle de plusieurs civilisations, elle dispose d'un patrimoine riche et diversifié, des sites exceptionnels tels que les sites historiques ou archéologiques (Ibid) :

- Bordj Moussa;
- Bab el Bahr;
- Bab El Fouka (Bab El Bounoud);
- La citadelle (La casbah);
- Maison des congrès de la Soummam.

➤ Les monuments architecturaux traditionnels

Les monuments architecturaux traditionnels de la région sont représentés essentiellement par les villages traditionnels kabyles.

Le village traditionnel kabyle (*tadert*) occupe généralement les crêtes des montagnes, dont les caractéristiques dégagent une particularité de la région, apercevant un mode et une organisation sociale ancienne. (Ibid)



Figure 67: Le Marabout de Sidi M'hamed-Bouali, (SDAT 2013, p115)



Figure 68: Sidi Yahia, (SDAT 2013, p115)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

➤ Les musées

Bejaia possède six musées dont certains renferment des objets rares qui sont des témoins de l'histoire riche de la région et ses environs. Il s'agit des musées suivants : Bordj Moussa, Ifri, Kherrata, écomusée du parc national de Gouraya, musée de géologie et un musée de l'eau. (Ibid)



Figure 69: Musée de Géologie (SDAT, 2013, p127)



Figure 70: Musée de l'artisanat : (SDAT 2013, p127)



Figure 71: Musée du lac (SDAT 2013, p127)

➤ L'artisanat

La région de Bejaia réputée pour ses produits artisanaux, C'est à l'attachement avec l'histoire que l'artisanat local tire son authenticité et sa valeur culturelle.

Parmi les activités artisanales de la région, on y trouve : bijouterie, l'armurerie, la vannerie, le tissage, la broderie, la sculpture sur bois, la céramique d'art, la bourrellerie, la poterie, etc...(Ibid)



Figure 72: L'art traditionnel à Bejaia (SDAT 2013, p118)

➤ Le patrimoine littéraire et musical

Le patrimoine musical de la région est très riche, Il est composé essentiellement de trois genres musicaux : populaire, classique (andalous) et moderne. (Ibid)

La littérature de la région est représentée par deux genres majeurs :

- **la poésie** : poésie ou *asfrou* composée de trois genres :le poème épique dit *taqsit*(histoire), Le poème lyrique dit *asfrou*, Le poème léger dit *izli* (courant d'eau)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

- **le conte** : Il traite plusieurs thèmes et intervient à tous les niveaux de la vie sociale.

➤ **Les fêtes et les festivals**

La région de Bejaia connaît un agenda culturel riche, elle participe à la célébration de certaines fêtes qui concernent la communauté berbère, comme elle organise quelques fêtes locales qui animent les villes et villages de la région durant les quatre saisons qui concernent essentiellement les produits agricoles et quatres festivals.

Les fêtes de la communauté berbère sont :

- Amenzu n'yennayer : fête du nouvel an amazigh (nouvel an berbère), célébré le 12 janvier de chaque année.
- Amenzu n'tefsut : fête célébrée le premier jour du printemps qui correspond au 28 février de chaque année.

Les fêtes locales concernent les produits agricoles :

- La fête de l'orange : organisée en décembre/janvier à Amizour
- La fête de la figue : célébrée entre les mois de septembre et octobre à Béni Maouche.
- La fête de l'olive : organisée également chaque année en décembre/janvier à Akbou.

Par ailleurs, la région célèbre les principales fêtes musulmanes.

La région organise chaque année quatre festivals, il s'agit du festival culturel local de la musique et de la chanson kabyles, du festival international du théâtre, du Festival culturel lire en fête et du Festival culturel local des arts et des cultures populaires. (Ibid)

➤ **L'art culinaire**

Bejaia possède un patrimoine culinaire se distingue par une grande variété de ses plats typiques et originaux, certains préparés à base de céréales (semoule et farine) tels que :(Aftir ou Kessoul, Tikervavine, Aftir, R'fiss,...), et d'autres à base de la viande tels que : Dolma, Ledjouaz, El batata, Seksou, Souyazit, Gateaux (KaakOunekache, KaakOussekerAtemineIhmen, El Mella ...).

A cela s'ajoutent d'autres produits agricoles et leurs dérivés caractérisant toute la région de la Kabylie : Les figes sèches (tazert), l'huile d'olive, figes de barbarie (akermous),atmine (poudre de plusieurs légumes secs), les dérivés du lait que la femme kabyle prépare avec soin dans une calebasse (tafqlucht) en chantant :petit lait (*ighi*), lait caillé (*ikil*), lait écrémé(*taouerch*), etc...(Ibid)



Figure 73: L'art culinaire (SDAT 2013, p123)

IV.3.5. L'offre touristique de la wilaya de Bejaia :

IV.3.5.1. les infrastructures touristiques:

➤ Les infrastructures de base :

La wilaya dispose d'une infrastructure de transport importante, mais reste insuffisante, pour une wilaya à vocation touristique telle que Bejaia. Pour faire de la wilaya une destination touristique nationale et internationale, il faut certainement revoir l'état du secteur du transport, pour une meilleure fluidité urbaine et interurbaine, en effet la qualité de service joue un rôle primordial dans l'amélioration et le développement du secteur touristique au niveau de la wilaya de Bejaia. (SDAT 2013)

• Liaison routière :

La wilaya de Bejaia se caractérise par réseau routier accidenté, qui constitue la principale connexion que ce soit interne ou externe avec les différentes destinations.

• Liaison ferroviaire :

La ligne ferroviaire à voie unique de la wilaya de Bejaia (Bejaia, Béni Mansour), située dans le même couloir que la RN 26, est de longue de 88.8 Kms, qui compte neuf gares et trois haltes.

• Liaisons Aériennes

La wilaya de Bejaia dispose d'un Aéroport classé 4ème au niveau national, et se localise à 5 Kms au Sud de la ville de Bejaia. Abane Ramdane est desservi par différentes compagnies en l'occurrence la compagnie nationale Algérienne Air Algérie, ainsi d'autres compagnies aériennes comme Aigle Azur et Tassili Air Line, qui sont destinées pour des villes Algériennes (Alger, Oran, Hassi-Messaoud, Biskra et HassiR'Mel) et des villes françaises (Paris, Lyon, Marseille).

• Les liaisons portuaires :

La wilaya de Bejaia dispose de trois ports :

1. port de pêche môle Sidi Abdelkader de Bejaia ;
2. Port de pêche et de plaisance de Tala-Ilef (achevé) ;
3. Port de pêche de Beni-K'sila.

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV.3.5.2.L'hébergement

➤ Le parc hôtelier :

Selon Mr Boudreaa Belkayoum, Directeur du tourisme de la wilaya de Bejaia lors d'une conférence intitulée « rendez-vous économiques du Forum des chefs d'entreprise (FCE) » dans sa 6^{ème} édition ; l'offre en matière d'unités d'hébergement est très peu : 73 établissements (hôtels) d'une capacité globale de 4699 lits (Boudreaa. B, conférence, 6^{ème} édition). Sachant bien que ce chiffre est obtenu par la contribution des autres structures touristiques comme les auberges ; les meublés de tourisme et les hôtels non classés or que la capacité d'accueil des hôtels classés au niveau de la wilaya (Voire l'annexe N : 04) ne peut dépasser les 1500 lits et c'est le chiffre qui peut être offert par un seul établissement touristique dans les pays touristiques les plus développés selon Mr Boudreaa.

Catégorie de classement	Nombre d'hôtels	Nombre de lits
Sans étoiles	09	360
01 étoile	12	771
02 étoiles	07	578
03 étoiles	03	545
04 étoiles	/	/
Autres structures destinés à l'hôtellerie	24	839
Auberges 2*	03	81
Pensionnat touristique	/	/
Meublé de tourisme	02	96
Sans classement	13	1420
Total	73	4699

Tableau 05: récapitulatif de parc hôtelier de la Wilaya de Bejaia pour l'année 2016(Boudreaa. B, 2016)

➤ Villages touristiques:

Les villages touristiques constituent une autre typologie d'hébergements de la Wilaya, destinés surtout au tourisme balnéaire avec une capacité de plus 2236 lits.

Bejaia compte 3 de ces villages, implantés sur le littoral qui sont (Plan directeur d'aménagement et d'urbanisme, 2005):

- Le village touristique « Capritour », situé dans la commune de Boukhelifa, considéré comme le plus important en terme de capacité d'accueil avec 1506 lits (750 villas et 3 appartements).

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

- Le village des « Amandiers » construit sous initiative privée dans la station balnéaire de Tichy (60 lits).
- Le village de « Saket » situé sur la côte ouest dans la commune Bejaia avec 100 villas, 205 Bungalow et 1 hôtel.

Ces villages sont implantés dans des endroits isolées, ils abritent des villas, des appartements, des bungalows, des hôtels et des annexes nécessaires à la détente et aux loisirs mais qui sont louer généralement que par les personnes aisés.

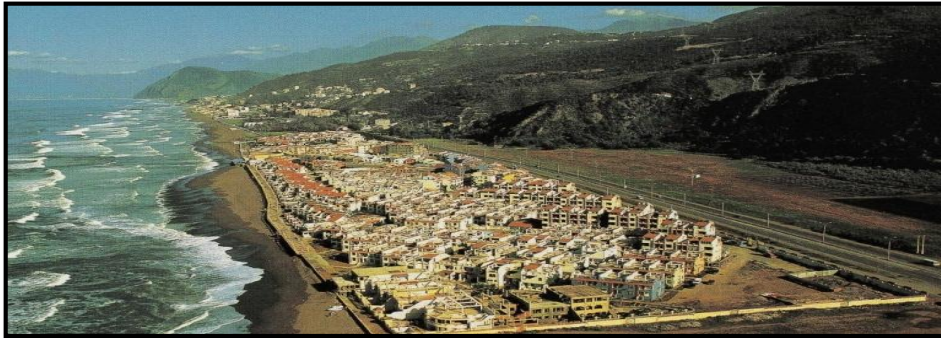


Figure 74: Village touristique « Capritour » (Yann Arthus-Bertrand et Marc Côte, 2009)

IV.3.5.2. les restaurants classés :

La wilaya ne dispose que de trois restaurants classés en deux étoiles et de 13 autres en trois étoiles dont le total général est de 15 restaurants classés. (Boudreaa. B, conférence, 6eme édition)

IV.3.5.3. Les structures de loisirs :

Le SDAT de la Wilaya de Bejaia définit les structures de loisirs de Bejaia comme étant extraordinaires et variables tels que le parc national de Gouraya, parc d'attraction, parc de loisirs scientifiques, port de plaisance, sites pittoresques, cascades, plages, place de guident, brise de mer mais si on part sur le plan réel cette structure est en mouvais état et elle n'est pas mise en valeur. (Ibid)

IV.3.5.4. Agence de voyage pour la wilaya de Bejaia :

Bejaia dispose de 29 agence de tourisme et de voyage des deux catégories A et B réparties comme suit : 11 en catégorie A et 18 en catégorie B. (Ibid)

IV.3.5.5. Les guides touristiques :

La direction de tourisme et de l'artisanat de la wilaya de Bejaia a enregistré cinq guides touristiques dont quatre locaux et un national. (Ibid)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

IV.3.5.6. L'activité touristique au niveau du port:

Le port est situé avantageusement à proximité du centre-ville protégé par les vents violents du Nord-Est par le Mont de Gouraya et le cap Carbon. Ce port est devisé en trois bassins, le premier bassin de l'avant-port (75 hectares et profondeur entre 10,50 mètres et 13,50 mètres) où est installé le port pétrolier, le second bassin du vieux port (26 hectares et profondeur entre 6 et 8 mètres) situé en avant plan du centre colonial où la nouvelle gare maritime est en réalisation, entre ces deux bassins se trouve le nouveau port de pêche, le dernier bassin de l'arrière port du côté du quartier L'Khemis (55 hectares, entre 10,5 mètres et 12 mètres de profondeur) est réservé aux marchandises et aux passagers . (Aouni. M, 2014)



Figure75: Le port de Bejaia (<https://www.portdebejaia.dz/index.php/fr/>)

En matière de tourisme, le port de Bejaia n'est pas réputé comme un port de plaisance mais comme étant un port commercial, il est beaucoup plus consacré à l'activité commerciale, il présente donc une faible activité touristique.

Ce port dispose d'un seul espace touristique récemment inauguré qui est la brise de mer, une promenade qui porte le nom de « *Leonardo-Fibonacci de Pise* », il s'agit d'un site situé en bord de mer entre le port pétrolier et le nouveau port de pêche, entouré par le mont de Gouraya et le cap Carbon.



Figure 76: Brise de mer (promenade Leonardo-Fibonacci de Pise) (<http://www.officetourismebejaia.com/site.php?i=10>)

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

Cet espace connaît une forte fréquentation par les citoyens et les touristes surtout en période estival, il offre de belles vues sur la mer et la montagne ainsi que de nombreux services (cafétérias, restaurants, pizzeria,..) et d'autres activités dédiées à la détente et aux loisirs (animations musicales, tours de magies, prise de photos-souvenirs, etc...).

Par ailleurs, le port dispose d'une seule ligne pour le transport des voyageurs (ligne Bejaia- Marseille).

IV.3.5.7. Le foncier touristique et l'investissement :

➤ L'investissement privé :

Quant à l'investissement privé qui sont les investisseurs dans leurs propre terrain, il y'a 39 projets en cours de réalisation et 37 projets non lancés.

Etat projet	Nombre de projets	Nombre de Lits	Nombre d'emplois	Cout (Da)	Observations
En cours de Réalisation	39	3425	1601	9983913132,00	Le taux d'avancement : plus de 50%
Non Lancées	37	6277	1606	130105648378,80	Motif de non lancement : permet de construire

Tableau 6: l'état de l'investissement privé dans le secteur de tourisme a la wilaya de Bejaia pour l'année 2016 (Boudreaa.B. 2016) (Auteurs 2016/2017)

➤ L'investissement dans le cadre de CALPIREF :

Concernant l'offre de foncier soit à l'intérieure des ZET ou bien en dehors des ZET (terrains qui appartient au domaine privé de l'état) :

Le nombre de projets touristiques qui ont un avis favorable est de 87 projets entre 2013 et 2016 d'où 47 projets agrès dans le cadre de CALPIREF, ces projets vont générer 23301 lits, d'une superficie totale de 141,41 hectares, et 8071 postes d'emplois. (Boudreaa. B, conférence 6ème édition)

-Ce chiffre représente 15 fois plus la capacité actuelle qui se limette comme nous l'avons expliqué bien avant a 1500 lits !

CHAPITRE 3: S'étalonner d'exemples réussis

➤ L'investissement au niveau des ZET :

Le directeur de la direction de tourisme avoue que la superficie compté de 1255.50 (ha) des zones d'expansion touristique ne reflète pas ce que existe réellement sur la réalité de fait que 70 % la superficie totale de quelques zones est pratiquement urbanisées ;d'autres sont classées comme zones agricoles ;quant aux zones d'expansion touristique sur la côte Ouest sont classées comme terrains forestiers ;donc selon le directeur de la direction de tourisme si on excluent ces zones cités bien avant il ne reste que quelques poches destinées réellement pour l'investissement touristique.(Ibid)

Désignation de la ZET	Commune	Superficie par décret (Hectares)
Gouraya sud-est	Bejaia	134
Adrar Imoula	//	62
Boulimat	//	74
Pointe des moules (Saket)	//	52
Oued Dass	Toudja	105
Tigheramt	//	29
Acif N'Taida	Beni K'sila	82
Pointe K'Sila Ouest	//	30
Pointe K'Sila Oest2 (Extention pointe K'Sila ouest)	//	319
Acharchor	Boukhelifa	80
Aokas	Aokas	61
Oued Zitouna	//	90.5
Aguerioune	Souk El Tenine	32
Les Falaises	Melbou	33
Total 14 ZET	//	1255.50

Tableau 8: zones d'extensions touristiques existantes à Bejaia avec leurs superficies :
(Boudreaa. B, 2016) (Auteurs 2016/2017)

Synthèse

A l'issue de cette analyse de la wilaya de Bejaia qui a pour principal objectif le recensement des ressources touristiques de la région, nous sommes dans la mesure de répondre à quelques questions secondaires, posées au début de notre recherche et d'avancer certaines conclusions.

Oui bien évidemment, Bejaia qui est une ville côtière possédant un potentiel touristique très diversifié ce qui lui permet de relever le défi pour assurer le rôle d'une ville génératrice de tourisme balnéaire par excellence. Néanmoins le tourisme dans la Wilaya sommeille toujours et les raisons de cette stagnation sont multiples dont l'insuffisance de l'offre touristique (infrastructure touristique et autres) qui constitue la raison la plus cruciale.

Malgré ce qui semble d'être une bonne volonté de réanimer ce secteur dans la wilaya par le baie de création des zones d'expansion touristique et l'intégration de l'investissement privé, les actions restent toujours timides d'où la nécessité d'accélérer le processus et de chercher à faire mieux et vite.

Conclusion

A partir de l'analyse que nous avons effectuées sur les deux villes étrangers (Sousse, Barcelone) d'une part, et de notre cas d'étude Bejaia d'une autre part nous somme dans la mesure de dire que : les deux villes, contrairement à Bejaia, ont réussies à tirer profit et exploiter leurs potentiels et les ressources dont elles disposent d'une façon à promouvoir un tourisme balnéaire réussi et générer un flux touristique important, cela nous pousse à s'interroger sur la manière dont on peut atteindre le standing de ces villes et aussi à chercher des solutions pour régler le manque d'attractivité et le retard flagrant de secteur du tourisme dont souffre Bejaia, la réponse à cette question constitue le cœur du chapitre suivant.

V. CHAPITRE 04 : L'application de la méthode SWOT

Introduction

Dans les chapitres précédents nous avons procédé à une analyse d'exemples de villes ayant atteint un stade de maturité dans leur conception du tourisme balnéaire, et nous avons aussi cerné le contexte de notre cas d'étude qui est la wilaya de Bejaia.

Force était de se poser la question du comment atteindre un niveau mature comme ces deux exemples. C'est ainsi que ce chapitre traitera cette question en visant à établir des recommandations pouvant aller dans le sens de création d'une attractivité touristique à Bejaia et ce en se basant sur une analyse SWOT.

V.1. Repère Méthodologique :

V.1.1. Présentation de l'analyse : S.W.O.T :

SWOT est l'acronyme formé à partir des mots anglais :

- Strengths (forces) ;
- Weaknesses (faiblesses) ;
- Opportunities (opportunités) ;
- Threats (menaces).

L'approche ou matrice SWOT, est développée dans les années 60 par quatre professeurs de Harvard Business School. (Deschamps.C, et al, 2010) elle constitue un outil *d'analyse stratégique*⁷ (La Direction générale du développement et de la coopération, Europe Aid) utilisée aujourd'hui dans plusieurs domaines.

Cet outil se base sur la combinaison de l'étude des forces et des faiblesses d'une organisation, d'un territoire, d'un secteur, etc... . Avec celle des opportunités et des menaces de son environnement (analyse externe), afin d'aider à la définition d'une stratégie de développement. (Ibid)

Cette analyse vise à identifier une stratégie qui prend en considération l'ensemble des facteurs (internes et externes) d'une manière à maximiser les potentiels des forces et des opportunités et à réduire l'impact des faiblesses et des menaces. (Ibid)

⁷La Direction générale du développement et de la coopération (EuropeAid) est une des directions générales de la Commission européenne.

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

➤ Analyse interne :

C'est l'analyse des forces et des faiblesses.

- **Les forces :** Les forces sont les aspects positifs internes que contrôle l'organisation ou le territoire, et sur lesquels on peut bâtir dans le futur.
- **Les faiblesses :** Par opposition aux forces, les faiblesses sont les aspects négatifs internes mais qui sont également contrôlés par l'organisation, et pour lesquels des marges d'amélioration importantes existent. (Ibid)

➤ Analyse externe :

Elle contient :

- **Etude des opportunités :** Les opportunités sont les possibilités extérieures positives, dont on peut éventuellement tirer parti, dans le contexte des forces et des faiblesses actuelles. Elles se développent hors du champ d'influence du territoire ou à la marge.
- **Etude des menaces :** Les menaces sont les problèmes, obstacles ou limitations extérieures, qui peuvent empêcher ou limiter le développement du territoire ou d'un secteur. Elles sont souvent hors du champ d'influence du territoire ou à la marge. (Ibid)

V.1.1.1. Méthodologie et Principe:

L'analyse SWOT se présente sous forme d'une matrice (2 par 2) qui synthétise les résultats des diagnostics internes et externes. Elle est composée de quatre cases, dans chaque case sont listés les éléments qui correspondent aux quatre facteurs de l'analyse : la liste des forces, des faiblesses, des opportunités et des menaces). (Olivo. P, Méthode SWOT, Fiche pratique)

	Positif	Négatif
Interne	Forces	Faiblesses
Externe	Opportunités	Menaces

Tableau 7: Représentation graphique de l'analyse SWOT : (Olivo.P, Méthode SWOT. Fiche pratique)

Le principe de cette méthode consiste en la mise en relation de ses différents facteurs (internes et externes) par un ensemble de questions croisées, les réponses à ces différentes questions permettent d'obtenir les orientations stratégiques pour le développement. (Guide de réalisation d'un développement stratégique, 2015, p9)

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

			Approche interne		
			Liste des forces	Liste des faiblesses	Examiner en quoi les forces permettent de maîtriser les faiblesses ?
			Comment maximiser les forces ?	Comment minimiser les faiblesses ?	
Approche externe	Liste des opportunités	Comment maximiser les opportunités ?	Comment utiliser les forces pour tirer parti des opportunités ?	Comment corriger les faiblesses en tirant parti des opportunités ?	
	Liste des menaces	Comment minimiser les menaces ?	Comment utiliser les forces pour réduire les menaces ?	Comment minimiser les faiblesses et les menaces ?	
	Examiner en quoi les opportunités permettent de minimiser les menaces ?				

Tableau 10 : relations entre les facteurs de l'analyse SWOT (Jeune Chambre Economique Française (JCEF) (2011). Guide méthodologique pour une analyse du territoire)

V.2. Application de la méthode SWOT :

Avant d'établir les croisements, nous avons tout d'abord mis en évidence les points positifs, les forces et les faiblesses ainsi que les opportunités et menaces pour notre cas d'étude. Nous avons ainsi abouti au tableau suivant :

	Positifs	Négatifs
	Forces	faiblesses

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

Facteurs internes	<p>1-Potentiel naturel balnéaire important et diversifié.</p> <p>2- Potentiel culturel (matériel et immatériel) important.</p> <p>3- Création des zones d'expansions touristiques.</p> <p>4- Climat méditerranéen</p> <p>5- Une population accueillante</p>	<p>1- Manque des équipements de loisirs.</p> <p>2- insuffisance des équipements d'hébergement.</p> <p>3- Absence d'équipements touristiques haut de gamme (d'hébergements, de loisirs, sportifs, etc ...).</p> <p>4- Manque d'activités et d'équipements culturels.</p> <p>5- Manque d'équipements et d'activités sportives.</p> <p>6- Plages non aménagées.</p> <p>7- Déséquilibre remarquable entre la côte Est et la côte Ouest.</p> <p>9- Faible activité touristique au niveau du port.</p> <p>10- Absence d'interaction entre le tourisme balnéaire et les autres formes du tourisme. (tourisme culturel, de santé, d'affaire, etc...).</p>
Facteurs externes	Opportunités	Menaces
	<p>-Diversité des systèmes de transports à savoirs : port, aéroport, gare ferroviaire, gare routière.</p> <p>- Création d'un nouveau port de plaisance.</p> <p>- La réalisation d'une nouvelle gare maritime.</p> <p>- 11plages non autorisés à la baignade.</p>	<p>-Risque de pollution des plages.</p> <p>-Risque d'inondations</p> <p>-Risque sismique</p>

Tableau 11: Application de la méthode SWOT : (Auteurs, 2016/2017)

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

V.2.1. Matrice de croisement:

Afin de définir les orientations stratégiques, nous avons effectué des croisements entre les Forces et faiblesses ainsi que entre ces dernières et les opportunités, pour cela nous allons opter pour les croisements que nous jugeons logiques et pertinents et qui nous permettant d'atteindre des résultats:

	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Forces		<ul style="list-style-type: none">- Projection d'équipements de loisirs et d'hébergement dans les ZET.- Intégration des centres de Thalassothérapie au bord de la mer.- Intégration de la culture de la région dans le balnéaire.- Mise en place d'équipements sportifs dans les ZET et aménagement des plages par les installations sportives.- Création d'un parcours touristique reliant la côte Est et la côte Ouest. (tourisme de croisière).		
Faiblesses				
Opportunités		<ul style="list-style-type: none">- Réalisation d'équipements touristiques Haut de gamme dans le port de plaisance.- Création d'un port sportif.- Développer le tourisme de croisière reliant a		

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

		côte Ouest et le port.		
Menaces				

Tableau 12 : Matrice de croisement : (Auteurs, 2016/2017)

V.2.2. Résultat et discussions :

A travers l'analyse SWOT nous aboutissant aux résultats suivants :

- ✓ Malgré l'existence des ZET qui sont des espaces destinés pour mieux encadrer le développement touristique de la Wilaya en générale et le balnéaire spécifiquement (étant donné que la plupart des ZET se situent dans le littoral ou à proximité), nous avons constaté un manque flagrant d'équipements touristiques (d'hébergement et de loisirs) ceci est due essentiellement à l'absence d'une politique touristique se penchant sur la question et le manque d'investissements tant privés que publics en la matière.
- ✓ Bejaia dispose d'un climat méditerranéen favorable au développement du tourisme de santé au bord de la mer, cependant, une absence d'équipements sanitaires au niveau du littoral est flagrante.
- ✓ Le littoral de la Wilaya de Bejaia souffre de la saisonnalité et de manque d'activité culturelle face à un potentiel culturel important, riche et diversifié qui est dans son état brute, cette situation contradictoire est due à l'absence d'une interaction entre les deux pôles (balnéaire et la culture) et l'absence d'une inter-sectorialité entre le secteur du tourisme et celui de la culture. En effet, un croisement et une logique sectorielle sont installés dans les politiques et les stratégies de gestion urbaine.
- ✓ L'insuffisance d'activité sportive dans le balnéaire or que nous dénombrons plusieurs sites favorables pour le développement du tourisme sportive balnéaire à savoir le port, les plages, les ZET et autres.
- ✓ Déséquilibre remarquable entre la côte Est (la plus exploitée) et la côte Ouest en matière de développement touristique. En effet, contrairement à la cote Ouest qui détient 11 plages inaccessibles, la cote Est accueil un flux touristique plus important (une fréquentation plus élevée) dont la cause est reliée à la nature de relief accidenté et l'absence de la sécurité dans cette partie.
- ✓ Absence d'une interaction (liaison) entre les déférentes formes de tourisme (d'affaire, de montagne, thermal, de santé, balnéaire, ...etc.) due essentiellement à une vision partagée et non globale pouvons assurer une cohérence et une consolidation dans le développement de toutes les formes du tourisme.

V.2.3. Conclusion et Recommandations :

Selon l'analyse SWOT effectuée et après avoir réalisé les croisements mais aussi en se basant sur les out-comes⁸ issues de l'analyse des villes touristiques étrangères, les recommandations qui peuvent en découler et établies se présentent sous formes d'actions à mettre en œuvre, de potentialités à exploiter et de moyens d'attraction à développer, elles s'articulent comme suit :

- ✓ La Projection d'équipements de loisir et d'hébergement dans les ZET et le port.
- ✓ En se basant sur la ville tunisienne Sousse nous proposons d'intégrer des centres de thalassothérapie au bord de la mer dans les ZET pour tirer profit du climat ainsi que l'eau de la mer salée.
- ✓ L'Intégration de la culture de la région (culture kabyle) dans le balnéaire, plusieurs actions peuvent être menées à l'exemple des :
 - ❖ organisations ou des animations culturelles pour une vulgarisation et une mise en valeur de la culture locale. Ceci peut être réalisé par divers moyens :
 - Festival : Amenzu n'yennayer, Amenzu n'tefsut
 - Faites locales : La fête de l'orange, La fête de la figue, La fête de l'olive, La fête de miel, fête musicale et littéraire.
 - Exposition artisanale : bijouterie, l'armurerie, la vannerie, le tissage, la broderie, la sculpture sur bois, la céramique d'art, la bourrellerie, la poterie...
 - ❖ La projection de centres culturels, l'intégration de bibliothèques, d'une maison « Amachahou » : pouvant assurer l'animation et la vivacité de la ville durant toute l'année et pendant les heures tardives du soir ce qui permet d'éliminer la saisonnalité.
 - ❖ L'intégration de l'art culinaire dans la restauration des hôtels balnéaire ainsi que la création de nouveaux restaurants spécialisés. Ceci étant une action au niveau local, la projection de documentaires et de films sur cet art constituera une actions d'appui sur un niveau national voir international pour la promotion de cet art afin d'attirer plus de flux et de curieux fans des arts culinaires.
 - ❖ L'inspiration de l'architecture traditionnelle (exemple de la maison kabyle) dans les constructions touristiques balnéaires (village touristique Kabyle) tel que l'exemple de village SIDI BOUSAID dans la ville de Sousse.

⁸ out-comes : Résultat

CHAPITRE 04: L'application de la méthode SWOT

Ainsi, une certaine catégorie de touristes est visée, à savoir les passionnés des architectures.

- ✓ L'aménagement des plages par des installations sportives ainsi que la mise en place d'équipements sportifs dans les ZET peuvent être des solutions pour répondre à cette insuffisance d'activité sportive.
- ✓ Développer le tourisme nautique (l'exemple de Barcelone) au niveau du port de plaisance.
- ✓ L'exploitation des 11 plages non autorisées à la baignade de la côte Ouest en les rendant plus accessible par l'intégration de tourisme de croisière reliant la côte Ouest au port de plaisance étant donné que ce facteur (tourisme de croisière) est un facteur de base favorisant le développement de tourisme balnéaire également l'amélioration de leurs sécurité.
- ✓ Création d'un parcours touristique reliant entre la côte Est et la côte Ouest (exemple de parcours CARGOPIRATE de la ville de Sousse).
 - ✓ La projection d'un amalgame de projets dans le port de plaisance constitue une stratégie clé pouvant être mise en œuvre par un programme d'actions qui intègre :
 - ❖ Un centre d'affaire : pour un développement du tourisme d'affaire qui est très pauvre à Bejaia.
 - ❖ Un aquarium : pour le développement tant d'un tourisme pour enfants et curieux mais aussi la promotion du tourisme scientifique pour les chercheurs biologiques, Cet aquarium sera relié à des centres de recherche en biologies maritimes qui favorisera tant le développement scientifique que l'organisation d'évènements (colloques séminaire et conférence) pouvant attirer plusieurs catégories de touristes et de scientifiques.
 - ❖ Hôtels haut de gamme afin d'attirer et de garder une clientèle international et VIP.
- ✓ A travers notre observation participante nous avons remarqué que l'investissement privé constitue un appui important pour le tourisme en général et le tourisme balnéaire spécialement dans la Wilaya de Béjaia. Ainsi, l'action à mener étant de promouvoir cet investissement privé tout en encourage un partenariat entre le secteur privé et public.
- ✓ La signalisation de la destination touristique « Bejaia » dans les médias et la promotion de cette dernière vers l'international à travers la vulgarisation de ses richesses et ses potentialités est une étape nécessaire pour attirer un nombre important de flux mais aussi pour attirer les investisseurs étrangers

Conclusion général:

Pour conclure ce travail de recherche, nous rappelons que l'enjeu principal de ce mémoire est de chercher l'ensemble des solutions et perspectives permettant de rendre le tourisme un facteur de développement de la wilaya de Bejaia et cela plus précisément à travers la réponse à notre question de recherche qui consiste en : la promotion de l'attractivité touristique balnéaire de la wilaya de Bejaia pour un flux de masse et permanent. Ainsi pour répondre à cette question nous avons procédé à l'articulation des concepts : tourisme, attractivité touristique et le littoral.

A partir de l'analyse de de la wilaya de Bejaia nous avons constaté que malgré la présence d'un potentiel touristique important le tourisme est peu développé, de ce fait le flux touristique reste moins important et incontrôlable en comparaison aux villes touristiques étrangers qui ont pu atteindre un niveau haut en matière du tourisme et cela par l'exploitation de tous leurs potentiel traduit par l'utilisation de divers moyens d'attraction. Cette situation alarmante est dû au fait que Bejaia est soumise à un certain nombre de freins et de contraintes. Alors, pour atteindre les objectifs souhaitées et que Bejaia devient une destination touristique balnéaire par excellence, nous avons tracés quelques orientations que nous avons confirmé à travers cette étude, il devient indispensable de :

- L'intégration de plusieurs attractions touristiques permet de promouvoir l'attractivité touristique balnéaire de Bejaia afin d'atteindre un flux touristique important et permanent.
- L'intégration et l'insertion de la culture dans le tourisme balnéaire à travers une démarche qui vise la mise en lumière de la culture de la région conduit à une mise en valeur du tourisme balnéaire et à son développement.
- L'investissement privé dans le tourisme balnéaire peut apporter un plus à ce secteur.

Une autre méthode qui est la DELPHI pourrait largement apporter un plus pour notre recherche vue que la vision des experts du tourisme pourrait être bien plus développé, cependant, faute de temps et la complexité de cette dernière (DELPHI), nous n'avons pas pu la mettre en œuvre, ceci constitue alors une perspective de notre recherche tout en visant la concrétisation de nos recommandations sous forme de conceptions et modalisations.

Bibliographie

➤ Ouvrages de référence :

- Aackelbagh. A, (2009), « *Et si le littoral aller jusqu'à la mer* », Versailles Cedex France, QUAE, 352 p.
- Auzias. D et Labourdette. J-P, (2012), « *Espagne 2012-2013* », Le petit futé, 912 P. (Country guide).
- Bernard. Ch, (2004), « *Le territoire littoral : tourisme, pêche et l'environnement dans l'océan indien* », Paris, Le harmattan, 292 p.
- Cazes. G, Lanquar. R, (2000), « *l'aménagement touristique et le développement durable* », paris, PUF. Cité par Bernard. Ch, (2004), « *Le territoire littoral : tourisme, pêche et l'environnement dans l'océan indien* », Paris, Le harmattan, 127p.
- Cazes. G, (1989), « *Le tourisme international Mirage ou Stratégie d'avenir* », HATEIR, 195p.
- Chakroun. Ch, (2009), « *Spécial Tunisie : pays du jasmin, de la mer et du soleil* », JFN (just find now), 21p.
- Collectif, Dominique Auzias. D et Labourdette. J-P, (2015), « *Barcelone 2015 Petit Futé (avec cartes, photos + avis des lecteurs)* », Petit Futé, 331 p. (*Petit futé. Country guide*)
- Collectif, Dominique Auzias. D et Labourdette. J-P, (2015), « *Barcelone 2015 Petit Futé (avec cartes, photos + avis des lecteurs)* », Petit Futé, 331p.
- De Knop, (1987). Cité par Sobry. C, (2004), « *Le tourisme sportif* », Presses Univ. Septentrion, 384p (sports et sciences sociales).
- Dupuy. M, (2006), « *Le tourisme d'affaires : Comprendre, organiser et réussir* », Paris : Technip, 120 p.
- Eraud. I, (2007), « *Les espaces et territoires de l'union européenne* », Lempdes France, Educagri, 175.
- Lozato-Giotart. J-P et Balfet. M, (2004), « *Management du tourisme* », Paris : Pearson-Education, 379 p.
- Mesplier. A et Bloc-Duraffour. P, (2005), « *Le tourisme dans le monde* », Bréal, 335p.
- Moumoni. C, (2007), « *Journalisme et patrimoine mondial* », Presses Université Laval, 172p.
- Pierre. PY, (1986), « *Le tourisme un phénomène économique* », Virginie, La documentation française, 165.
- Redmond, (1990-1991). Cité par Sobry. C, (2004), « *Le tourisme sportif* », Presses Univ. Septentrion, 384p (sports et sciences sociales).
- Sobry. C, (2004), « *Le tourisme sportif* », Presses Univ. Septentrion, 384 p. (sports et sciences sociales).

Bibliographie

➤ Articles dans un périodique :

- Beudet. G et Chicoine. M, (2008), « *Présentation* » [en ligne], *Téoros*, 27 (2), 3-4. (page consultée le 14/02/2017) <http://teoros.revues.org/124>.
- Blanchard. R, (1960), « *Le tourisme* », Étude géographique Montréal Fayard, Le Canada français : Province de Québec, 235-245.
- Clare. A et Gunn, (1988), « *Tourisme Planning Washington* », Taylor and Francis. Cité par Gagnon. S, (2007), « *L'attractivité touristique des territoires* », *Téoros*, 3, 3-11, (page consultée le 14/02/2017) <http://teoros.revues.org/786?file=1>
- De Grandpré. F, (2007) « *Attraites, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional* », *Téoros*, 26(2), 12-18. (page consultée le 14/02/2017) <https://teoros.revues.org/795>
- Gagnon. S, (2007), « *L'attractivité touristique des territoires* », *Téoros*, 3.
- Kusen. E, (2010), « *A system of tourism attractions* », *Tourism*, vol. 58 (4), 409-425. Cité par Galarneau. O-D, (2015), « *L'attractivité du territoire touristique* », Mémoire : Maîtrise en sciences géographiques, Québec, Canada : université Laval, 115 p.
- Lecler. S, (2008), « *Une histoire du tourisme. D'un luxe de riches à un loisir de masse* », *Alternatives Économiques*, n° 27, présenté par Anne. M, (2013), « *le tourisme son histoire et son évolution* », Cercle des chamailleurs.
- Leiper. N, (1990). Cité par Gagnon. S, (2007), « *Tourist Attraction Systems* », *Annals of Tourism Research*, 17, 367-384.
- Lew, (1987), « *A Framework of Tourist Attraction Research* », *Annals of Tourism Research*, 14(4), 553-575. Cité par De Grandpré. F, (2007) « *Attraites, attractions et produits touristiques : trois concepts distincts dans le contexte d'un développement touristique régional* », *Téoros*, 26(2), 12-18. (page consultée le 14/02/2017) <https://teoros.revues.org/795>
- McCannell. D, (1989), « *Introduction: Simiotic of Tourism* », *Annals of Tourism Research*, 16, 1-6.
- Menvielle. L et Menvielle. W, (2010), « *Le tourisme médical : une nouvelle façon de voyager* » [en ligne], *Téoros*, 29 (1), 29-1. (page consultée le 14/02/2017) <https://teoros.revues.org/977>.
- Renard. J, (1984), « *Le tourisme : agent conflictuel de l'utilisation de l'espace littoral en France* », *Norois*, 121(1), 45-61.
- VIDAL. R, (2007), « *Espace privé, espace public et espace ouvert, Les conditions de la construction d'une urbanité touristique sur le littoral tunisien* ». Cité par Knafou. R, « *Les mondes urbains du tourisme* », Collection "Mappemonde", Belin, 256-269.
- Widmann. N, (1976), « *Le tourisme en Algérie* », *Méditerranée*, 25 (2).

Bibliographie

➤ Thèses et mémoires consultés :

- Aouni. M, (2014), « *Centralités urbaines et développement touristique à Bejaia (Algérie)* », Thèse : Aménagement de l'espace, urbanisme, Université de Reims Champagne-Ardenne Ecole Doctorale Sciences de l'Homme et de la Société, 305 p.
- Bessaid. M et Karaouzene. S, (2012-2013), « *Station balnéaire à Bider* », Mémoire Magister : Architecture, Université Abou BakrBelkaid Tlemcen, 162 p, (page consultée le 04/02/2017) dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/3825/1/archi5.pdf
- Bouanani. A, (2012), « *Complexe touristique à Marsat Ben M'hidi* » [en ligne], Mémoire, Tlemcen : université de Tlemcen, 97. (page consultée le 15/02/2017) <http://dspace.univtlemcen.dz/bitstream/112/5089/3/projet%20de%20Memoire.pdf>
- Boutafenouchet. S, (2011), « *Littoral jijilien entre impératifs du développement touristique et préoccupations environnementales* », Mémoire de Magister Recherche : Architecture et environnement, Alger : Ecole polytechnique d'architecture et d'urbanisme EPAU.
- Galarneau. O-D, (2015), « *L'attractivité du territoire touristique* », Mémoire de recherche : Maitrise en sciences géographiques, Québec, Canada : université Lava, 115p.
- Haddad. N, (2005), « *Les déterminants du choix stratégique des entreprises touristiques* » [en ligne], Mémoire Master, Tunisie : Université de Tunis El Manar, (page consultée le 14/02/2017) http://www.memoireonline.com/12/09/3057/m_Les-determinants-du-choix-strategique-des-entreprises-touristiques1.html
- Harouat. F-Z, (2011-2012), « *comment promouvoir le tourisme en Algérie ?* », Mémoire Magister Recherche : Marketing des services, Tlemcen : Université Abou BekrBelkaid Tlemcen, 173p.
- Iznasni. M, Benzaghrou. N, (2014), « *Tourisme balnéaire* », Mémoire, Tlemcen : Marketing des services, Tlemcen : Université Abou BekrBelkaid Tlemcen, 173p.
- Mohamed. S-I, (2013), « *Valorisation du patrimoine, Tourisme et développement territorial en Algérie : Cas des régions de Bejaia en Kabylie et de Djanet dans tassili N'Ajjer* », Thèse de doctorat : Sciences économiques, France, Grenoble : Université Pierre Mendès.
- Nolwenn. D, (2007), « *Evolution du modèle de station balnéaire sous l'effet de la gestion intégrée des zones côtières : Études du cas du littoral des Maures et du pays Marennes Oléron Exemple de l'île de Texel, pays bas* », Mémoire Master 2 : villes et territoires, Aménagement, Ecole polytechnique de l'université.
- Rudaz. S, (2006), « *Impacts du tourisme sur le territoire et la population : évaluation de la durabilité touristique. Cas de val d'Hérens* », DESS en étude urbaine : Faculté des géosciences de l'environnement, Suisse : Université de Lausanne.
- Toussain. Ph, président de France Festivals. Cité par Garyfallia. D, (2010), « *les festivals, moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire : Le festival de la Photographie les Rencontres d'Arles et la ville d'Arles* ». Cité par Diamantaki .G, Mémoire en Master professionnel : Tourisme, Valorisation touristique des sites culturels, 98p. (page consultée le 14/02/2017)

Bibliographie

https://www.univparis1.fr/fileadmin/IREST/Memoires_Masters_2/DIAMANTAKI_Garyfallia_.pdf.

➤ **Autres documents consultés :**

- « *Tourisme et montagnes* », (2011), guide pratique pour gérer les impacts environnementaux et sociaux des excursions en montagnes, Programme des nations unies pour l'environnement, France, p 11. cité dans Mekati. H, (2011-2013), « *Dans quelle mesure le tourisme en zone de montagne peut-il contribuer au développement local de la Kabylie ?* » Développement local, tourisme et valorisation du patrimoine, Mouloud Mammeri de Tizi Ouzou, 140p.
- Agence de Protection et d'Aménagement du Littoral, « *Nouveaux chiffres sur le Littoral Tunisien* ».
- ANDI, (2013), Monographie Wilaya de Bejaia.
- AXXAM (société civile professionnelle d'architecture), (2005), « Plan directeur d'aménagement urbain intercommunal de Bejaia. Etat des faits », Bejaia, 197p. Cité par Aouni. M, (2014), « Centralités urbaines et développement touristique à Bejaia (Algérie) », Thèse : Aménagement de l'espace, urbanisme, Université de Reims Champagne-Ardenne Ecole Doctorale Sciences de l'Homme et de la Société, 305 p.
- Ben Cheikh Ahmed. W, (2007/2008), « Introduction au tourisme : Le phénomène du tourisme », Cours : Tronc commun.
- Berdoulay. V et Clarimont. S, (2005), « *Espaces publics et mise en scène touristique* », Rapport final de recherche : laboratoire SET, Université de Pau et des pays de l'Adour, 97 p.
- Berdoulay. V et Clarimont. S, (2005), « *Espaces publics et mise en scène touristique* », Rapport final de recherche : laboratoire SET, Université de Pau et des pays de l'Adour, P97.
- Boudreaa. B, Directeur du tourisme à la wilaya de Bejaia (2016), Conférence : « *Rendez – vous économiques du Forum des chefs d'entreprise (FCE)* » ,6ème édition, (page consultée le 14/02/2017) : <http://webtv.univ-bejaia.dz/index.php/2016/11/ouverture-du6eme-edition-des-rendez-vous-economique-du-forum-des-chefs-dentreprise-fce/>
- Clarimont. S et Vles. V, (2010), « *Espaces publics touristiques urbains et développement durable : principes d'aménagement, usages et tensions. Une analyse à partir du cas de Barcelone (Espagne)* », Urbia / Cahiers du développement urbain durable, n° 10 : juin 2010 (n° spécial Tourisme, urbanité et durabilité), Université de Lausanne / Observatoire universitaire de la ville et du développement durable, Espaces publics et tourisme dans les métropoles.
- Comité départemental du tourisme des Bouches-du-Rhône, (2009), « *Le Tourisme, secteur clé du développement* », 3eme schéma départemental de développement du tourisme et des loisirs réalisé.

Bibliographie

- Comité départemental du tourisme PACA, schéma régional de développement touristique (2009-2010).
- Commission européenne, La Direction générale du développement et de la coopération (EuropeAid), (page consultée le 04/15/2017) http://ec.europa.eu/europeaid/index_fr.htm
- Deschamps. C et al, (2010), « *Méthodes d'analyse appliquées à l'intelligence économique* », Livre Blanc, Institut de la communication de l'université de potiers.
- DGCIS, (2009), « *Le tourisme dans le monde* », Mémento du tourisme. Cité par Harouat. F-Z, (2011-2012), « comment promouvoir le tourisme en Algérie ? », Mémoire Magister Recherche : Marketing des services, Tlemcen : Université Abou BekrBelkaid Tlemcen, 173p.
- Dictionnaire encyclopédique Larousse, 1998.
- Dictionnaire Sensagent le parisien [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/tourisme%20baln%C3%A9aire/fr-fr/>
- Document Ministère du Développement Régional et de la Planification, Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse. (page consultée le 14/02/2017) <http://www.mdrp.gov.tn/tn/Gov/Sousse/strat%C3%A9gie%20de%20sousse%2011.pdf>
- Encyclopédie Microsoft, Encarta, Collection 2003, industrie du tourisme.
- Eurorgio Pirineus Mediterrani, (2011), « Le tourisme en Catalogne » 3 P.
- France FESTIVALS (2003), Benito. L, « *La musique a-t-elle besoin des festivals ?* », Actes du colloque à l'Abbaye de Royaumont Val-d'Oise, La Scène-Magazine des professionnels du spectacle, Paris.
- Guibilato. G, (1983), Économie touristique, Delta-SPES, Denges, chapitre 4. Cité dans Stafford. J, (1996), Microéconomie du tourisme, Canada : Québec, presses de l'université du Québec.
- Guide de réalisation d'un développement stratégique, (2015), « Comment réaliser une analyse SWOT puis passer à un plan de développement qualité et ressources humaines », UNIL université de Lausanne, 9 p.
- INSEE, (2007), cité par Diamantaki .G, (2010), « *Les festivals : moteurs de la valorisation du patrimoine et de l'attractivité touristique d'un territoire, Le Festival de la Photographie Les Rencontres d'Arles et la ville d'Arles*», Master professionnel : Valorisation Touristique des Sites Culturels, Université Panthéon. S, Paris 1 : 98p.
- Institut national de statistique, Recensement de 2014.
- Jeune Chambre Economique Française (JCEF), (2011), Guide méthodologique pour une analyse du territoire.
- L'institut national de la statistique espagnol, 2015.
- La conférence des Nation Unies sur le tourisme, Rome, (page consultée le 14/02/2017) (www.world-tourism.org)

Bibliographie

- La nouvelle Tunisie, La nouvelle constitution tunisienne, le magazine de la nouvelle Tunisie, « J'ai visité une autre Tunisie celle qui a cherché j'ai visité une autre Tunisie, celle qui a hérité de 3.000 ans de culture ».
- Le dictionnaire Larousse [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>
- Le dictionnaire Reverso [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/l'attractivite%C3%A9>
- Le Quotidien d'Algérie, (2011), « L'Algérie est devenue le plus grand pays d'Afrique ! ».
- Olivo. P, « *Méthode SWOT* », Fiche pratique, 4 p.
- Organisation mondiale du tourisme, (2016), « *Faits saillants OMT du tourisme* ».
- Origet. C, (1998), « *Tourisme culturel : dynamique et prospective d'une passion durable* », Institut français du tourisme, 21p.
- Port de Barcelona, (2016), « *Un port diversifié* », Dossier de presse, 10 p.
- SDAT de la wilaya de Bejaia, (2012), Phase I, Rapport de lancement.
- SDAT de la wilaya de Bejaia, (2013), Mission II – Partie I, Diagnostic prospectif, 180p.
- Sh Barcelona, (2013/2014), « *Bienvenue à Barcelone* », guide touristique, 40 p.
- Souissi. M, (2008), « *Le tourisme international en Tunisie : vers de nouvelles formes et la réorganisation de l'espace touristique* », Doctoral dissertation, Atelier national de Reproduction des Thèses.
- Stratégie du Développement du Gouvernorat de Sousse, Ministère du Développement Régional et de la Planification, République Tunisienne.
- Tessa. A, (1993), « *Economie touristique et aménagement du territoire* », Office des publications universitaires, Alger, p32.
- Thurot. J-M, (1973), « *Le tourisme tropical balnéaire : le modèle caraïbe et ses extensions* », Doctoral dissertation, Université d'Aix-Marseille, Institut du travail et des recherches sociales, Centre d'études du tourisme.
- Viceriat, Patrick et al, (2007), « *Attractivité touristique des grandes métropoles françaises et effets structurants sur le tourisme régional* », Rapport final-Synthèse du diagnostic, enjeux et recommandations, Paris, direction du tourisme-bureau de la stratégie, 58p.

➤ Webographie :

- « *Faire la thalasso à el kantaoui* » [En ligne], (page consultée le 12/12/2016), disponible sur : <http://www.guide-thalasso.com/Faire-de-la-thalasso-a-El-Kantaoui.html>
- « *Parcours en cargo pirate* » [En ligne], (page consultée le 24/12/2016) <http://www.monnuage.fr/point-d-interet/parcours-en-cargo-pirate-a83631#modal-27900>
- A view on cities, « *Port vell : Le vieux port* » [en ligne], (page consultée le 14/02/2017) <http://www.aviewoncities.com/fr/barcelone/portvell>

Bibliographie

- Agencia de viajes en tuniz, « Hotel Mouradi Palm Marina » [En ligne], (page consultée le 11/12/2016), disponible sur: <https://www.viajesdesertrose.com/accueil/sejours/mouradi-palm-marina/>
- Abdelbari.T, « *Tourisme : l'Algérie dernière de la classe, tous sur l'Algérie TSA* » [en ligne], (page consulté le 15/11/2016), <http://www.tsa-algerie.com/20151103/lalgerie-en-queue-depeloton-dans-le-classement-mondial-du-tourisme/>
- Alfa Torres, « *World Trade Centre Barcelona* » [en ligne] (page consultée le 26 /12/2016) <http://www.alfatorres.es/fr/travaux-recents/world-trade-center-barcelona>
- Barcelona Home, « *Les plages de Barcelone* » [en ligne], (page consultée le 22-12-2016) file:///E:/Atelier/Espagne/SITES/Les%20Plages%20de%20Barcelone%20_%20Barcelona-Home%20Blog.html
- Barcelona Turisme convention Bureau, « *Hébergement : Capacité hôtelière à Barcelone* » [en ligne], (page consultée le 26 /12/2016) <http://www.barcelonaconventionbureau.com/fr/info/h%C3%A9bergement/9.html>
- Barcelona.com, « *L'aquarium de Barcelone* », [en ligne], (page consultée le 14/02/2017) http://fr.barcelona.com/annuaire_barcelone/parcs_attractions_a_barcelone/l_aquarium_de_barcelone
- Bathelot. B, l'encyclopédie illustrée du Marketing. (page consulté le 21/01/2017). <http://www.definitions-marketing.com/definition/centre-commercial/>
- De tours, http://memoires.sd.univ-tours.fr/EPU_DA/LOCAL/2007MRMAG3_DINELNOIWenpdf
- Dictionnaire Sensagent le parisien [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://dictionnaire.sensagent.leparisien.fr/tourisme%20baln%C3%A9aire/fr-fr/>
- Foucaud. I, « *Le tourisme, un secteur clé mais fragilisé de l'économie tunisienne* », [En ligne], (page consultée 22/12/2014), <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/03/19/20002-20150319ARTFIG00279-le-tourisme-un-secteur-cle-mais-fragilise-de-l-economie-tunisienne.php>
- Frlaex, « *The free dictionary* », (page consultée le 14/02/2017) <http://fr.thefreedictionary.com/balneaire>
- Geoconfluences, « *La capacité d'accueil touristique* » [En ligne], (Page consultée le 21/12/2016) <http://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/capacite-d-accueil-capacite-de-charge-touristique>.
- Gobcn.com, « *Maremagnum* » [en ligne], (page consultée le 14/02/2017) <http://www.gobcn.com/fr/barcelone-guide-touristique/maremagnum>
- Guide touristique de Sousse, « *Tunisie cap voyage* » [En ligne], (page consultée le 04/02/2017) <http://www.cap-voyage.com/sousse-tunisie-414/>
- Guide touristique de Sousse, « *Tunisie cap voyage* » [En ligne], (page consultée le 22/12/2014) : <http://www.cap-voyage.com/sousse-tunisie-414/>
- Hasdrubal Thalassa & Spa, [En ligne], (page consultée le 11/12/2016), <http://www.trivago.fr/hammamet-215/hotel/hasdrubal-thalassa---spa-yasmine-hammamet-80330>

Bibliographie

- Hotel Mouradi Palm Marina, Agencia de viajes en tuniz, [En ligne] (page consultée le 14/02/2017) <https://www.viajesdesertrose.com/accueil/sejours/mouradi-palm-marina/>
- Le dictionnaire Larousse [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais-monolingue>
- Le dictionnaire Revers [en ligne], (page consulté le 14/02/2017) <http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/l'attractivit%C3%A9>
- Liste des plages Tunisie, « *Gouvernorat de Sousse* » [En ligne], (page consultée le 04/02/2010)
- Martine .K, « Tous à la plage ! : cite de l'architecture et du patrimoine/paris » <http://www.la-croisee-des-arts-nouveaux.fr/author/martine/>
- Misraoui. I, « *Compétitivité touristique : l'Algérie classée 123e, tous sur l'Algérie TSA* » [en ligne] (page consulté le (15/11/2016). <http://www.tsa-algerie.com/20150507/competitivite-touristique-lalgerie-classee-123e/>
- Port el-kantaoui, « *Sousse-sunshine vacances* » [En ligne], (page consultée le 04/02/2017) <http://www.sunshinevacances.fr/sejour/sejour-Tunisie/port-el-kantaoui-sousse/1-102-1-8>
- Port olympic Barcelona, « *Port olympic* » [En ligne], (Page consultée le 21/12/2016) <http://www.portolimpic.es/presentacion.php?i=4>
- Reportage de voyage « *Port El Kantaoui, station balnéaire à taille humaine, oopartir.com-le magazine du voyage* » [En ligne], (page consultée le 11/12/2016), <http://www.oopartir.com/tunisie/port-el-kantaoui,1-3078.htm>
- Société d'études et de développement de Sousse Nord, « port el-kantaoui » [En ligne] (page consultée le 12/12/2016) <http://51.255.195.60/Fr/image.php?id=505>
- Sousse, « Hannibal parc » [En ligne], (page consultée le 24/12/2016) <http://www.madeinsousse.com/activites/item/573-hannibal-park-sousse>
- Sousse, « *plages de Sousse* » [En ligne], (page consultée le 22/12/2014) <http://www.iberostar.com/fr/hotels/sousse/plages>
- Thalasso, « *Sousse-port el kantaoui* » [En ligne], (page consultée le 12/12/2016) <http://www.tourisme.gov.tn/fileadmin/Brochures/Fr/BrThalasso.pdf>
- Tourist guide Barcelona, « Port de Croisière de Barcelone: Transport de Touristes et Services au Port » [en ligne], (page consultée le 21/12 /2016) <https://www.barcelona-tourist-guide.com/fr/transport/port-croisieres-barcelone.html>
- Tunisie news, « *Bilan du secteur touristique en Tunisie* » [en ligne], (page consultée le 04/02/2010), <http://www.turess.com/fr/lexpert/3813>.
- Tunisie, « *Air marin, Garantie De Voyage* » [En ligne], (page consultée le 04/02/2010) http://www.air-marin.ch/umedia/1301921376_FLYER%20TUNISIE%20.indd.pdf

Annexe n°1 : L'exemple de Festival des Rencontres d'Arles et son impact sur l'attractivité :

1. Présentation de la ville d'Arles :



Figure 01 : La ville d'Arles, office-de-tourisme-Arles
(<http://www.tourisme.fr/1854/office-de-tourisme-arles.htm>)

1.1.Situation et Accessibilité :

Arles se situe dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur, dans le département des Bouches-du-Rhône (13). Sa superficie d'environ 759 km² en fait la plus grande commune de France. Arles est la troisième ville des Bouches-du-Rhône, après Marseille et Aix-en-Provence, avec 53 293 habitants. (INSEE, 2007)

Elle est au cœur de la Provence et à proximité de nombreuses villes. Ses voisines sont Avignon au nord-est (34 kilomètres), Nîmes au nord-ouest (27 kilomètres), Aix-en-Provence. Au sud-est, Marseille est distante de 96 km. Sa situation près de la Méditerranée et au carrefour de nombreuses capitales européennes est un réel atout (à seulement deux heures et demie de l'Espagne en voiture).

Les axes qui permettent de rejoindre la région sont très développés, et les moyens de transports variés.

Le train reste un des moyens le plus utilisés pour y arriver. Même si Arles n'était pas incluse dans le tracé TGV Paris-Marseille, qui dessert Avignon et Aix, elle est seulement à quatre heures de Paris (ligne directe). Elle est aussi desservie par la ligne TGV Paris-Avignon, qui fait le voyage en deux heures. Le chemin de fer met Arles à une courte distance des autres métropoles importantes, comme Lyon, Montpellier. Le train régional (TER) effectue plusieurs trajets entre Arles et des villes du Sud, Avignon, Marseille, Toulouse etc.

La ville dispose de plusieurs accès aux lignes aériennes. Elle n'est en effet située qu'à 25 kilomètres de Garons (aéroport de Nîmes), 65 kilomètres de Marignane (aéroport de Marseille) et 75 kilomètres de Fréjorgues (aéroport de Montpellier). L'accès à tous ces aéroports est très pratique car ne nécessitant aucune passage par les villes.

Arles est bien desservie au niveau des axes routiers. La voiture étant un moyen populaire pour les vacanciers de la région.



Figure2 : Position d'Arles sur la carte de France

(<http://www.linternaute.com/ville/arles/ville-13004>)

Sa population se répartit entre l'agglomération centrale et onze villages (Albaron, Gimeaux, Mas-Thibert, Moulès, Raphèle-lès-Arles, Saliers, Salin-de-Giraud, etc.), dont le plus éloigné se trouve à près de 40 kilomètres du centre-ville. (Diantaki. G, (2010), 98p)

1.2. Une région touristique :

Le tourisme est une source économique fondamentale pour Arles et sa région, en soutenant l'économie et l'absorption professionnelle d'une grande partie de la population.

Arles, inscrite dans une des régions les plus touristiques de France, ne pouvait qu'en profiter : la région Provence-Alpes-Côte d'Azur attire des visiteurs non seulement européens mais également internationaux, étant la première région d'accueil pour les touristes français et la seconde pour les touristes étrangers après l'Ile-de-France (Comité départemental du tourisme des Bouches-du-Rhône (2009).) (Selon le Comité départemental du tourisme de PACA, 35 millions chaque année). Leurs dépenses s'élèvent à 10 milliards d'euros. La moitié des touristes qui fréquentent la région sont français, un quart étrangers, principalement européens, et un quart sont résidents de PACA¹. Les dépenses des touristes s'élèvent en moyenne à 43 € par jour et par personne. Ainsi, le tourisme, avec un chiffre d'affaires qui représente 11,4 % du PIB (Comité départemental du tourisme PACA (2009-2010, p.11), est une des plus importantes « industries » pour ce territoire et la région se présente comme un leader du tourisme français (Diantaki. G, (2010), 98p)

1.3. Des festivals reconnus et un événementiel riche :

Arles, en complément des événements proposés par ses établissements culturels comme les théâtres, les musées, etc., présente une offre d'événements très large et très riche : fêtes traditionnelles et festivals. La plus grande partie de ses événements ont lieu durant la période touristique c'est-à-dire d'avril jusqu'au octobre, mais quelques-uns se déroulent pendant l'hiver. La saison se lance avec la Feria de Pâques², puis une série d'événements s'enchaîne,

¹ PACA : Provence-Alpes-Côte d'Azur

² **Feria de Pâques** : est une fête populaire centrée sur la tauromachie se tenant chaque année à Arles (Bouches-du-Rhône). Elle est organisée depuis 1965 par le Comité de la Feria pour accompagner les spectacles taurins par

jusqu'au pic de la saison que sont les trois mois d'été. A part de ses événements, plusieurs autres soirées et manifestations contribuent à un été plein d'attractions. La saison se termine avec la Feria du Riz³ en septembre et les Journées du Patrimoine.

Les festivals protagonistes de cette offre dominent le champ estival en envahissant tous les lieux de la ville d'Arles et en attirant un très grand public. Arles a la particularité d'être le lieu où se passent plusieurs festivals d'une renommée nationale et internationale. Un des principaux, le Festival international de la photographie, connu aujourd'hui sous l'appellation Les Rencontres d'Arles, anime la ville depuis toutes ces années, jouant un rôle primordial dans son attractivité internationale et son identité. D'ailleurs, Arles est aussi connue maintenant comme ville de l'image. Dans cette catégorie, le festival Les Suds Arles est un des plus grands festivals des musiques du monde en France, attirant un grand nombre des festivaliers chaque année (60 000 en 2010) (Ibid.)

2. Le Festival des Rencontres d'Arles :

De 1969 à maintenant le Festival des Rencontres d'Arles nommé au début Festival International de la photographie (RIP) est passé par plusieurs étapes dans son évolution : D'abord, il s'agissait d'un noyau de professionnels et d'amateurs passionnés par la photographie qui se donnaient un rendez-vous annuel à Arles, 41 ans après, où il est devenu un événement d'une notoriété internationale

Chaque été, le Festival « Les Rencontres d'Arles » ouvre ses portes la première semaine de juillet avec la semaine d'ouverture, connue comme Quinzaine d'ouverture. Pendant cette semaine Arles se transforme en un centre de photographie : concerts, projections nocturnes, colloques, débats, visites guidées par les photographes, se passent partout dans la ville.

Les expositions dispersées dans tous les lieux patrimoniaux de la ville d'Arles restent ouvertes tout l'été, jusque mi-septembre avec la Rentrée en Images (son activité pédagogique).

Bénéfices Lors de la semaine d'ouverture, des conférences et débats sont organisés, invitant les photographes participants et les professionnels présents à s'exprimer sur leur travail ou sur diverses questions. Des visites guidées sont aussi prévues. Durant la semaine d'ouverture les photographes exposés présentent leurs œuvres aux festivaliers. Puis, tout l'été, le Festival propose aux visiteurs deux parcours accompagnés par des médiateurs photographes. Enfin,

diverses manifestations de rue, festives, populaires, gratuites et ouvertes à tous. Cette fête annonce le lancement de la saison taurine en France. C'est donc l'événement le plus attendu par les amateurs de férias. Elle se déroule chaque année durant le mois d'avril et attire pas moins de 500 000 visiteurs.

³ **Feria du Riz** : organisée en mi-septembre, les producteurs envahissent la Place de la République et proposent aux visiteurs de nombreux produits du terroir. Une autre manifestation se déroule en même temps que la feria du Riz et la Camargue Gourmande, il s'agit du festival du cheval.

Source : Feria en France, <http://www.cityzeum.com/ar/feria-en-france>

Annexes

pendant la semaine d'ouverture des séances sont organisées en présence de la plupart des photographes participant aux Rencontres.

Pendant la semaine d'ouverture d'autres activités se passent comme les *projections nocturnes* en plein air au Théâtre Antique qui sont uniques au monde et qui accompagnent le Festival depuis ses premières années. *La Nuit de l'Année*, lancé en 2005, est consacrée aux différents acteurs de la presse, magazines, agences, collectifs de photographes qui pendant toute la nuit montrent leur production de l'année sur 14 écrans dispersés dans un quartier de la ville d'Arles.

Ensuite au niveau de la formation le Festival propose des stages de photographie animés par de grands photographes internationaux. Deux cycles de formations sont habituellement proposés, un au printemps et un en été.

Dans les activités de formation, le festival intègre aussi le *Photo Folio Review & Gallery*. Lancé en 2006, le Photo Folio Review, propose aux photographes de tout niveau de présenter leur travail à des experts internationaux de la photographie.

en 2010, un nouvel événement s'est ajouté aux activités du Festival, *le Village des Rencontres*, lieu d'exposition et d'échanges, dédié aux éditeurs, librairies, galeristes, laboratoires et autres acteurs du milieu de la photographie qui exposent leur travail et le diffusent auprès du public.

Le festival ferme ses portes en septembre avec *la Rentrée en Images*. Une activité pédagogique qui, depuis son lancement en 2005, a accueilli 30 000 élèves, pour la découverte des arts visuels et des richesses du patrimoine culturel arlésien (historique, artistique, architecture, design...). Le projet est devenu très populaire, fait qui s'affirme d'une grande liste d'attente des écoles ayant exprimé leur volonté d'y participer. (Ibid)

2.1.La fréquentation et le public du festival

Le festival a vu sa fréquentation exploser. De 9 000 en 2001 à 72 000 visiteurs en 2010. Cette augmentation radicale est le résultat de tous les efforts mis en place par la direction du festival pendant ces années. Le renouvellement des événements, l'augmentation du nombre de l'équipe permanente, la mise en place des études de public, une meilleure communication de l'événement sont quelques-unes des actions prises. (Ibid)

2.2.L'impact du festival sur l'attractivité touristique de la ville d'Arles :

La contribution du festival à l'attractivité touristique de la ville d'Arles et de la région est sans équivoque. Les études des publics mentionnées ci-dessus en sont la preuve. Le festival affirme sa capacité d'attirer un nouveau public mais aussi de le fidéliser. Les études montrent qu'un grand pourcentage de visiteurs est des primo-visiteurs, 37% en 2007, 46% en 2008. De plus, l'étude de 2009 montre que 68% de ces primo-visiteurs viennent à Arles pour le festival, contre 32% pour un motif touristique. Le festival est donc souvent le motif principal de visite de la région.

Annexes

Il faut aussi remarquer la capacité du festival à fidéliser son public, fait très important tant pour le festival que pour le tourisme. Selon l'étude de 2009, 53% des primo-visiteurs et 58% selon l'étude de 2008 disent vouloir revenir lors de leurs prochaines vacances estivales. De plus, environ 60% des visiteurs sont en général des habitués. Ces festivaliers viennent à 77% exclusivement pour le festival.

Le pouvoir d'attraction et de fidélisation du festival se retrouve aussi dans la façon dont les visiteurs prennent connaissance du festival. Le bouche à oreille est une façon notable pour connaître le festival. En 2007, 20% des administrés disent être venus au festival par le biais du « bouche à oreille » et en 2008, le chiffre monte à 46%.

Une autre contribution du festival au tourisme d'Arles est liée au prolongement du séjour des visiteurs. En effet, le festivalier des Rencontres séjourne en moyenne plus de deux jours à Arles, « sur les 754 personnes interrogées, 53 % sont venues passer au moins un jour sur Arles. ». Ces données sont valorisantes pour le festival si nous les comparons avec l'étude menée par l'office du tourisme en 2007 portant sur les publics des musées et sites de la ville d'Arles. En effet, seul 30% des touristes de la Ville d'Arles passent plus d'une journée à Arles. L'objectif ainsi des acteurs touristiques de prolonger le séjour des visiteurs à Arles est réalisée durant le festival. Ajoutant à cette logique, le festival peut être aussi un motif pour les gens qui sont de passage ou qui n'ont pas prévu de passer la nuit à Arles de le faire afin de voir les expositions.

En plus, les activités organisées par le festival hors saison festivalière favorise la mobilité touristique. Les stages de photographie offre deux séances depuis ces trois dernières années. Une en printemps et une autre pendant le festival en juillet-août. Les stages du printemps durent 6 jours environ et comptent un nombre important. (261 participants les deux saisons en 2009, 218 en 2008, ce qui représente un bon potentiel de développement). De plus, un grand pourcentage de ce public est âgé de 20-40 ans, donc ils amènent un public plus jeune que la moyenne des visiteurs du festival ou des touristes arlésiens, comme noté par l'office du tourisme. Les séminaires adressés aux enseignants qui accompagnent les jeunes à la Rentrée en Images, et qui bénéficient d'un séminaire au mois de mai pour se préparer aux visites en sont un autre exemple. Enfin, la bodega des Rencontres, un événement organisé par le festival lors de la « Feria du riz » en septembre attire un grand nombre de gens, locaux mais aussi des autres régions. (Des gens viennent pour un week-end pour cette raison). Toutes ces activités attirent un public en dehors de la saison, fait essentiel, vu que la plupart sont concentrés à la période estivale. (Ibid)

Annexe n°2 : Les objectifs du SNAT 2030

L'objectif final tend vers l'élévation du tourisme au rang de véritable industrie générant des postes d'emploi et des richesses nationales notamment par le développement de l'investissement, pierre angulaire de la stratégie touristique nationale.

✓ **Au titre du renforcement des instruments d'aménagement touristiques :**

La Finalisation des 26 Schémas Directeurs de l'Aménagement Touristique de Wilayas (SDATW) restants sur les 48 lancés,
L'approbation de 185 plans d'aménagement touristique (PAT) des zones d'expansion touristiques (ZET).

✓ **Au titre du renforcement de l'appui à l'investissement touristique (mise à disposition du foncier touristique) :**

L'aménagement et la viabilisation des Zones d'expansion touristiques (ZET),
La récupération du foncier touristique à travers l'indemnisation des propriétés privées ;
L'aménagement et l'équipement de plages ;

✓ **Au titre de la diversification des types d'hébergement touristiques :**

L'aménagement de terrains de camping,
L'aménagement de gîtes thermaux,
L'aménagement de gîtes ruraux.

✓ **Au titre de la poursuite de l'action de promotion de l'image de la Destination Algérie :**

Il sera notamment question du renforcement des moyens de l'Office National du Tourisme (ONT) et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication institutionnelle en direction des nationaux résidents et non-résidents, basé sur l'utilisation des Technologie de l'information et de la Communication (TIC). Il y a lieu également d'améliorer l'image et l'attractivité de la destination Algérie auprès des marchés émergents et ceux déjà émetteurs.

Annexes

Annexe n°3 : Liste des plages existantes dans la Wilaya de Béjaia

✓ Les plages autorisées à la baignade :

SUPERFICIE EN (M ²)	LONGUEUR (MI)	DESIGNATION DE LA PLAGE	COMMUNE	DAIRA
72 000	1 200	TICHY CENTRE	TICHY	TICHY
59 500	850	TICHY STADE		
72 000	900	LES HAMADITES		
36 000	600	Cité BEN-SAID		
64 000	800	TAGHZOUIT		
88 000	1 100	EL-MAGHRA	BOUKHLIFA	
80 000	1 000	ACHERCHOUR		
56 000	800	OUED-AFALOU		
84 000	1 200	OUED DJOUA		
36 000	600	EL DJABIA		
42 000	600	OUED-ZITOUNA	AOKAS	AOKAS
42 000	700	AOKAS CENTRE		
63 000	900	OUED TABLOUT		
56 000	800	SIDI-RIHANE		
80 000	1 000	OUED DJEMAA		
42 000	600	TASSABOUT	S. EL TENINE	S. EL TENINE
42 000	600	IGHZER LEBLAT		
90 000	900	SOUK EL TENINE		
60 000	600	LOTA		
70 000	700	IGHIL HSSAEIN		
60 000	600	ENNOUAR		
35 000	500	TASSIF EL MERSSA		

Annexes

42 000	600	EL DJORF DAHABI		
35 000	500	08/mai/1945		
60 000	1 000	AGRIOUNE		
8 000	200	LES AIGUADES	BEJAIA	BEJAIA
84 000	1 200	BOULIMAT		
72 000	1 200	SAKET		
48 000	800	TIMERDJINE	TOUDJA	EL Kseur
72 000	1 200	OUED-DAAS		
48 000	800	TIGHREMT		
60 000	1 000	AZAGHAR	BENI-K'SILA	ADEKAR
60 000	1 000	AIT MENDIL		

✓ Les plages non autorisées à la baignade (non surveillées) :

<i>Daira</i>	<i>Commune</i>	<i>Dénomination</i>	<i>Longueur (m)</i>	<i>Raison du non autorisation à la baignade</i>
SOUK EL TENINE	MELBOU	PLAGE DU LAC	1200	Absence de poste de secours
		TIQSERT	300	- Absence de poste de secours - L'accès en cours de réaménagement
		LES FALAISES	300	- Absence de poste de secours - Absence d'accès
AOKAS	AOKAS	ACHERIT	1000	- Absence de poste de secours - Absence d'accès

Annexes

		<i>CARREF OUR AOKAS</i>	700	<i>-Absence de poste de secours - Absence d'accès - Existence d'une décharge publique</i>
<i>TICHY</i>	<i>TICHY</i>	<i>TASSIFT</i>	650	<i>-Absence de poste de secours -Plage rocheuse - Plage pollué</i>
	<i>BOUKHLIF A</i>	<i>CLUB HIPPIQ UE</i>	1200	<i>- Absence de poste de secours -Danger éminent dans mer dû à la présence de débris</i>
<i>BEJAIA</i>	<i>BEJAIA</i>	<i>SIDI ALI EL BAHR</i>	800	<i>Absence de poste de secours</i>
		<i>TALA ILEF</i>	600	<i>présence d'un chantier de la DTP</i>
<i>ADEKAR</i>	<i>BENI- K'SILA</i>	<i>OUED SIDI KROU</i>	1000	<i>Absence de poste de secours</i>
		<i>BENI- K'silaVill age</i>	600	<i>présence d'un chantier de port de pêche et de plaisance</i>
		<i>TIZOUIA R</i>	600	<i>Absence d'accès et de poste secours</i>
		<i>POINTE KSILA OUEST</i>	800	

Tableau 01 : liste des plages de la Wilaya de Béjaia.

(Annuaire Statistique 2013 de la Wilaya de Béjaia)

Annexe n° 3: Liste des hôtels classés de la Wilaya de Bejaia :

- **Par classement :**

- ✓ **3 étoiles :** Ensemble des établissements d'un certain standing et disposant d'un grand nombre d'infrastructures.
- ✓ **2 étoiles :** Ensemble des établissements satisfaisant un certain nombre de critères bien spécifiques.
- ✓ **1 étoile :** Ensemble des établissements disposants d'un minimum d'infrastructures pour en faire un établissement 1*.

Les hotels classés	La situation	Les annexes	Le classement
Les Hammadites	RN 09 BP61, TICHY BEJAIA	Bar et restaurant	trois étoiles
La Roseraie	Cité des Palmiers, AOKAS, BEJAIA	Restaurant	trois étoiles
Hôtel Royal	Route Université, BEJAIA	Bar/Restaurant, piscine et discothèque	deux étoiles
Résidence Chréa	04 Rue Krim Belkacem, BEJAIA	Restaurant	deux étoiles
Auberge Mimosa	Village Chikhouné, OUZELLAGUEN BEJAIA	Bar et restaurant	deux étoiles
Thiziri	Route des Aurès, BEJAIA	Restaurant	deux étoiles
Zéphyr	Bd Krim Belkacem, BEJAIA	Restaurant	deux étoiles
Auberge Thais	RN 24 Tighremt, TOUDJA BEJAIA	Bar et restaurant	deux étoiles
Brahmi	25 Rue de la Liberté, BEJAIA	Restaurant	deux étoiles
Cristal	03 Rue des frères martyres Milali, Sidi Ahmed, BEJAIA	Restaurant et cafétéria	deux étoiles
La Zone	Zone industrielle Taharacht, AKBOU BEJAIA	Restaurant et cafétéria	deux étoiles

Annexes

Le Sahel	ZET, AOKAS BEJAIA	Restaurant, bar et piscine	deux étoiles
Club Alloui	RN 09, TICHY BEJAIA	Restaurant, bar et piscine	deux étoiles
Essalem	BP 347 BirEssalam, BEJAIA	Restaurant	une étoile
Madala	Route université, BEJAIA	Restaurant	une étoile
Sophotel	RN 09 Ireyahen, BEJAIA	Bar et restaurant	une étoile
La Bravoure	09 rue des frères AKAOUT, BEJAIA	/	une étoile
Complexe Safsaf	RN 09, SOUK EL TENINE BEJAIA	Bar et restaurant	une étoile
Meublé de tourisme Providentia	ala Markha, BEJAIA	Restaurant et cafétéria	une étoile
Tabet	Irayahen Tala Hamza, BEJAIA	Bar, restaurant et discothèque	une étoile
Grande Terrasse	RN 09, TICHY BEJAIA	Bar et restaurant	une étoile
Grand Rocher	18 Rue Mauris Audin, BOULIMAT BEJAIA	Bar et restaurant	une étoile
Saphir Bleu	RN 09, TICHY BEJAIA	Bar et restaurant	une étoile
Les Deux Rochers	RN 09 Ireyahen, BEJAIA	Restaurant	une étoile

**Tableau 02: liste des hôtels classés Dans la Wilaya
de Bejaia.**