

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université A. MIRA-BEJAIA



جامعة بجاية
Tasdawit n Bgayet
Université de Béjaïa

Faculté : SEGC

Département : Sciences De Gestion

Mémoire Pour l'obtention du diplôme de Master en sciences de gestion

Option : Entrepreneuriat

Thème :

**L'entrepreneuriat Touristique Dans La wilaya De
Bejaia « Réalités Et Obstacles**

Réalisé par :

BOULEMCHEK Badaoui

HADJ LARBI Saddek

Encadré par :

Mme BOUDACHE Souad

Année Universitaire : 2023/2024

Remerciement

Avant tout, nous remercions le bon Dieu tout puissant de nous avoir donné le courage, la volonté et la patience pour réaliser ce travail.

*Je tiens à exprimer ma profonde gratitude à mon encadrante, **Mme Boudache Souad**, pour son soutien indéfectible, ses conseils avisés et son accompagnement précieux tout au long de ce projet. Sa disponibilité, sa patience et sa bienveillance ont été une source d'inspiration et de motivation pour moi.*

Je remercie également les membres du jury pour avoir accepté d'évaluer mon travail et pour leurs remarques constructives.

Enfin, je souhaite exprimer ma gratitude à mes parents pour leur soutien sans faille et leurs encouragements constants. Je remercie également mes amis et mes proches qui ont contribué, de près ou de loin, à la réalisation de ce mémoire.

Dédicace

*Dédicace Tout d'abord, je tiens à remercier DIEU
de m'avoir donné la force et le courage de mener
à bien ce modeste travail.*

Je tiens à dédier cet humble travail à :

A mon père et ma mère et

A mes sœurs et mes frères

A mon binôme : Saddek

A mon cher ami koukou, mes meilleurs amis : Hocine, Layachi, et Mostafa, Faouzi

Tous ceux qui m'aiment et que j'aime

BOULEMCHEK BADAOU

Dédicaces

Je dédie ce modeste travail A mes chers parents, papa et maman, qui ont fait des sacrifices tout au long de mon parcours scolaire.

A tous mes frères et sœurs. Et à mon binôme badaoui.

Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude à M.BENJOUDI Ali, qui nous a orientés durant cette période et nous a fourni de précieuses information.

Aux gens qui m'ont aidé dans mon projet de recherche, et mes amis qui m'ont

Soutenu.

Je vous remercie tous.

SADDEK

Liste des abréviations

ANAD : agence nationale de développement de l'investissement

ANDI : agence nationale de développement d'investissement

ANGEM : agence nationale de gestion de micro crédit

ANDT : agence nationale de développement du tourisme

CACI : chambre algérienne de commerce d'industrie

CNU : commission de nation unies

CNAC : caisse nationale d'assurance chômage

FNDPME : fonds national de développement de pme

PME : petite et moyenne entreprise

Liste des figures

| | |
|---|-----------|
| Figure N°01 : Les racines de la culture entrepreneuriale | 11 |
| Figure N° 02 : carte de la wilaya de Bejaia par commune | 39 |
| Figure N° 03 : Nombre d'hôtel dans la wilaya | 47 |
| Figure N°04 : Présentations des établissements hôtelleries | 48 |
| Figure N° 05 : La distribution des enquêtes selon la forme de l'entreprise. | 50 |
| Figure N°06 : Les motifs principaux de voyage des clients | 53 |
| Figure N° 07 : Les types de services proposés aux clients | 56 |
| Figure N°08 : Répartition selon l'Age de client | 59 |
| Figure N°09 : la répartition des défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique .. | 67 |
| Figure N°10 : Représentation selon les nombre des touristes a la wilaya de Bejaia par an | 68 |
| Figure N°11 : La répartition des types d'activités touristique a déjà réalisées à Bejaia | 69 |
| Figure N° 12 : Répartitions des raisons d'incitation à la visite de Bejaia | 73 |
| Figure N° 14 : Soutenir les petites entreprises touristiques | 74 |

Liste Des Tableaux

| | |
|--|----|
| Tableau N° 01 : Les différentes définitions données à l'entrepreneur sur pensée économique ... | 06 |
| Tableau N° 03 : Les plages de la wilaya de Béjaia | 40 |
| Tableau N°04 : Tableau représentant les sources thermales de la wilaya de Bejaia | 41 |
| Tableau N°05 : Les arrivés au Bejaia | 43 |
| Tableau N° 06 : L'emplacement de des entreprises touristiques. | 45 |
| Tableau n°07 : Les années de fondation des entreprises touristiques | 46 |
| Tableau N°08 : La proportion de clients nationaux par apport clients internationaux. | 51 |
| Tableau N°09 : Types de services proposés aux clients..... | 52 |
| Tableau N°10 : Les collaborations avec d'autres entreprises ou prestataires de services touristiques. | 53 |
| Tableau N°11 : Evaluation de l'exercice globale des clients | 55 |
| Tableau N°12 : Aspects les plus appréciés par les clients..... | 57 |
| Tableau N°13 : La répartition Aspects à améliorer pour une meilleure expérience..... | 58 |
| Tableau N°14 : La répartition des opportunités pour développer ou améliorer l'entreprise touristique | 60 |
| Tableau N°15 : La répartition des facteurs des décisions qui influençant sur les touristes de visiter la wilaya de Bejaia | 61 |
| Tabelau N° 16 : la répartition des besoins de programme de formation spécifiques pour les entrepreneurs touristiques | 61 |
| Tableau N°17 :La répartition des initiatives de l'i mpact environnemental sur l'activité touristique.. | 62 |
| Tableau N°18 : La répartition de l'évolution du tourisme dans la wilaya de de Bejaia dans les prochaines années | 63 |
| Tableau N°19 : La réparation des projets des entreprises à court ou long terme | 64 |
| Tableau N°20 : Répartitions des enquêtés selon l'âge..... | 65 |
| Tableaux N° 21 : Répartition des services touristique selon le pourcentage | 66 |
| Tableaux N°22 : Implication dans les entreprises touristique à Bejaia | 69 |
| Tableaux N° 23 : Réparations des nombre des « oui » pour les visiteurs | 70 |
| Tableau N° 24 : Répartition des nombre des « non » pour les visiteurs | 71 |
| Tableau N° 25 : Répartition les principes aouts touristique de la wilaya de Bejaia | 73 |
| Tableaux N°26 : Répartition selon l'amélioration de l'offre touristique | 75 |

Sommaire

| | |
|--|----|
| Introduction Générale | 01 |
| Chapitre I : l'entrepreneuriat et le tourisme | 04 |
| Introduction | 04 |
| Section 01 : Généralités sur l'entrepreneuriat | 04 |
| Section 02 : le tourisme..... | 14 |
| Conclusion | 18 |
| Chapitre II : le tourisme en Algérie | 21 |
| Introduction | 21 |
| Section 01 : l'historique de tourisme en Algérie | 21 |
| Section 02 : l'investissement touristique en Algérie .. | 24 |
| Section 03 : les perspectives et les défis de de tourisme en Algérie ... | 28 |
| Conclusion | 36 |
| Chapitre III : le secteur touristique dans la wilaya de Bejaia ... | 38 |
| Introduction | 38 |
| Section 01 : aperçu général sue la wilaya de Bejaia | 38 |
| Section 02 : méthodologie de l'enquête de terrain ... | 48 |
| Section 03 : traitement et analyse des résultat de l'enquête | 50 |
| Conclusion | 75 |
| Conclusion Générale | 78 |
| Bibliographie | |
| Table de matière | |
| Annexes | |



Introduction générale

Introduction générale

Introduction générale

L'industrie du tourisme joue un rôle crucial dans le développement économique de nombreuses régions du monde. En Algérie, le tourisme possède un fort potentiel de croissance, avec ses richesses naturelles et culturelles uniques. La wilaya de Béjaïa, située sur la côte nord du pays, est particulièrement prometteuse pour le développement de l'entrepreneuriat touristique.

La région dispose d'un littoral magnifique, de montagnes pittoresques, de sites historiques et culturels fascinants, et d'une population accueillante. De plus, le gouvernement algérien a mis en place des politiques visant à soutenir le développement du tourisme, notamment en offrant des incitations fiscales et en améliorant les infrastructures.

Cependant, malgré ce potentiel, l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaia est confronté à un certain nombre de défis, notamment l'insuffisance de financement, la bureaucratie administrative, l'instabilité politique et l'insécurité. Malgré ces obstacles, la région possède un fort potentiel touristique, avec ses richesses naturelles et culturelles uniques. **Comment l'entrepreneuriat touristique peut-il se développer dans la wilaya de Bejaïa en surmontant ces défis et en exploitant son potentiel ?**

Pour répondre a notre questionnement d'autres sous questions se sont joint :

- Quelles sont les stratégies que les entrepreneurs touristiques peuvent adopter pour surmonter ces obstacles ?
- Quel est le rôle du tourisme durable dans le développement de l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa ?

Afin de répondre à notre questionnement, nous avons émis les hypothèses suivantes :

H1 : En surmontant les obstacles existants, les entrepreneurs touristiques peuvent créer des entreprises prospères et durables.

H2 : Le tourisme durable est un modèle de développement pour l'entrepreneuriat touristique dans la région.

Objectif de la recherche

L'objectif principal de cette étude est d'identifier les stratégies qui peuvent être mises en œuvre pour surmonter les obstacles à l'entrepreneuriat touristique et promouvoir le développement de ce secteur dans la wilaya de Bejaïa. Les résultats de cette étude fourniront des informations précieuses aux entrepreneurs touristiques potentiels, aux autorités locales et nationales, et aux parties prenantes intéressées par le développement économique de la wilaya de Bejaïa.

Méthodologie

Notre travail est scindé en deux chapitres théoriques et un chapitre empirique.

Introduction générale

Le premier chapitre introduira les concepts clés de l'entrepreneuriat et du tourisme, en mettant l'accent sur leur importance pour le développement économique. Il explorera également les liens entre l'entrepreneuriat et l'innovation, ainsi que les défis et les opportunités liés à la création d'entreprises dans le secteur du tourisme.

Dans le deuxième chapitre nous allons examiner l'histoire du tourisme en Algérie, en analysant les périodes de croissance et de déclin. Il explorera également les investissements touristiques en Algérie, en se concentrant sur les politiques gouvernementales et les défis rencontrés par les investisseurs. Enfin, il discutera des perspectives et des défis du tourisme en Algérie, en tenant compte des tendances actuelles et des enjeux futurs.

Dans le dernier chapitre se concentrera sur l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa, en Algérie. Il présentera un aperçu général de la région, en mettant en évidence ses atouts touristiques naturels et culturels. Il analysera ensuite les obstacles à l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa, en s'appuyant sur les résultats de la recherche menée. Le chapitre explorera également les stratégies que les entrepreneurs touristiques peuvent adopter pour surmonter ces obstacles et développer des entreprises prospères. Enfin, il discutera du rôle des autorités locales et nationales dans le soutien à l'entrepreneuriat touristique dans la région.



Chapitre I
L'entrepreneuriat et le
tourisme

Introduction

La base du progrès économique et social réside dans l'entrepreneuriat et le tourisme. Ces domaines interconnectés prospèrent les uns sur les autres dans un paysage mondial dynamique, créant des synergies harmonieuses qui stimulent le progrès, favorisent la créativité et augmentent les opportunités d'emploi. Dans ce contexte, ce chapitre explore la relation intrinsèque entre l'entrepreneuriat et le tourisme, en soulignant leur importance et leur rôle central dans la promotion du développement durable.

Notre objectif est d'explorer l'interconnexion entre l'entrepreneuriat et le tourisme et la manière dont ils s'influencent mutuellement.

Notre objectif est de découvrir les manières dont l'entrepreneuriat peut contribuer à la croissance du tourisme, et vice versa. En reconnaissant les synergies qui existent entre ces deux secteurs, nous pouvons développer des stratégies efficaces pour favoriser le tourisme durable et encourager un écosystème entrepreneurial florissant dans la wilaya de Bejaia et au-delà.

La première section se concentre sur l'entrepreneuriat, en définissant les termes clés et en examinant son impact sur l'économie, ainsi que les défis rencontrés dans la création d'entreprises. Nous explorerons également la culture entrepreneuriale et son rôle dans la promotion de l'innovation.

La deuxième section explore le tourisme, en examinant ses définitions, son évolution historique et son impact sur la société, la culture, l'économie et la politique.

Section 01 Généralités sur l'entrepreneuriat

Les concepts fondamentaux de l'entrepreneuriat, qui jouent un rôle crucial dans le progrès économique et social, seront explorés dans cette section. Ce voyage captivant mettra en lumière le lien indissociable entre l'entrepreneuriat, l'innovation, la création d'emplois et le développement durable. Il est impératif de reconnaître l'importance cruciale de l'entrepreneuriat et sa contribution substantielle à la promotion de la croissance économique.

1 Concepts générales sur l'entrepreneuriat

1-1 Définitions

L'entrepreneuriat est un processus dans lequel un individu reconnaît une opportunité, évalue sa faisabilité et saisit l'opportunité de créer de la valeur économique et sociale. Cela nécessite souvent une volonté de prendre des risques, de développer des idées innovantes et de mobiliser les ressources nécessaires pour créer une nouvelle entreprise ou lancer un projet innovant.

Verstraete (2000) a défini l'entrepreneuriat comme : « L'entrepreneuriat est un phénomène trop complexe pour être réduit à une simple définition, son intelligibilité nécessitant une modélisation. Cette complexité exclut la possibilité d'une délimitation stricte et univoque de ses frontières sémantiques »¹

Selon JULIEN et MARCHESNAY, le mot entrepreneuriat a été choisi au Québec par le conseil de la langue française, au détriment du terme anglais « entrepreneurship ». Ce mot désigne « l'état (la qualité) de celui ou de ceux qui sont entrepreneurs. Cet état résulte de plusieurs facteurs plus ou moins complémentaires, l'esprit d'entreprise, la création d'entreprise et l'action d'entreprendre ou de conduire une entreprise en étant entrepreneur. »²

Selon Peter Drucker (1985) « L'entrepreneuriat est la poursuite d'opportunités nouvelles et différentes, peu importe qu'elles soient basées sur des inventions technologiques, des changements dans les besoins des consommateurs, ou sur des changements dans les conditions de production ou de distribution. »³

Donc l'entrepreneuriat est un moteur de évolution et d'opportunités, favorisant la croissance, l'innovation et résolvant les défis sociaux. Elle représente un moteur de progrès et un terrain fertile pour les inspirations nouvelles et les entreprises créatrices de valeur.

1-2 Définition de l'entrepreneur

L'entrepreneur est le moteur de l'action économique, un visionnaire qui s'engage à élaborer et à déposer en œuvre des projets qui impliquent un effort soutenu, une mobilisation de ressources et une coordination minutieuse.

R. Cantillon a défini l'entrepreneur comme : « l'entrepreneur, prend des risques, dans la mesure où il s'engage vis-à-vis d'un tiers de façon ferme, alors qu'il n'a pas de garantie certaine sur ce qu'il peut en attendre ».⁴

Selon Jean Baptiste Say « l'entrepreneur est avant tout un preneur de risque qui investit son propre argent et coordonne des ressources qu'il se procure pour produire des biens. Il crée et développe des activités économiques pour son propre compte ».⁵

Selon Joseph Schumpeter « l'entrepreneur devient une figure centrale du développement économique (...) L'entrepreneur schumpétérien est avant tout un innovateur et un agent de changement. L'essence de l'entrepreneuriat se situe dans la perception et l'exploitation de nouvelles opportunités

¹ Verstraete, T. (2000). *Histoire d'entreprendre: les réalités de l'entrepreneuriat* (pp. 173-186). Editions EMS.

² Julien et Marchesnay de Boislandelle, H. M. (1998). *Dictionnaire de gestion: vocabulaire, concepts et outils*. Economica.

³ Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entre-preneurship: practice and principles*. Harper & Row.

⁴ Cantillon, R. (1997). *Essai sur la nature du commerce en général*. INEd.

⁵ Say, J. B. (1861). *Traité d'économie politique*. Calmann-Lévy.

dans le domaine de l'entreprise ».⁶

Selon William B.Gartner « L'entrepreneur est un individu qui crée de la valeur en combinant des ressources de manière innovante pour saisir des opportunités dans un environnement incertain. »⁷

Selon Israel Kirzner « L'entrepreneur est celui qui découvre des opportunités de profit inexplorées dans un marché en déséquilibre et les exploite en ajustant les facteurs de production. »⁸

Après avoir exploré les différents points de vue des acteurs clés sur la définition de l'entrepreneur, il apparaît clairement que ce dernier est bien plus qu'un simple acteur économique. Les entrepreneurs incarnent l'initiative, l'audace et la capacité de transformer des idées en actions concrètes. Qu'ils prennent des risques, découvrent des opportunités inexploitées ou façonnent l'avenir grâce à l'innovation, les entrepreneurs sont le moteur de l'action économique et sociale. Elle mobilise des ressources, coordonne les efforts et crée de la valeur dans des environnements souvent incertains et changeants. En fin de compte, l'entrepreneur est le véritable architecte du changement et de la croissance économique, un visionnaire dont les actions façonnent le cours de l'histoire.

Le tableau suivant nous permet de cerner les différentes définitions données à l'entrepreneur en fonction des écoles de la pensée économique :

Tableau N° 01 : Les différentes définitions données à l'entrepreneur sur pensée économique

| École | Définition de l'entrepreneur | Auteurs de référence |
|------------------------------|---|-----------------------------|
| École Économique | L'entrepreneur est un agent économique qui mobilise les ressources pour créer et développer des entreprises dans le but de réaliser des profits. ⁹ | Schumpeter, J. A. |
| École Comportementale | L'entrepreneur est un individu dont les actions sont influencées par des facteurs comportementaux, tels que les biais cognitifs, les préférences individuelles et les attitudes face au risque. ¹⁰ | Kahneman, D., & Tversky, A. |

⁶ Schumpeter, J. A. (2008). The theory of economic development.

⁷ Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.

⁸ Von Mises, L. o., y Kirzner, I.(1973). Competition and Entrepreneurship.

⁹ Schumpeter, J. A. (2008). The theory of economic development.

¹⁰ Kahneman, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47, 278.

| | | |
|----------------------------|---|-------------------------------|
| École Psychologique | L'entrepreneur est un individu dont le comportement entrepreneurial est influencé par des facteurs psychologiques tels que la motivation, la perception des opportunités et la tolérance au risque. ¹¹ | Shane, S., & Venkataraman, S. |
| École des Processus | L'entrepreneur est un acteur engagé dans un processus dynamique de création et de développement d'entreprises, qui implique l'identification des opportunités, la mobilisation des ressources et la mise en œuvre d'actions stratégiques. ¹² | Sarasvathy, S. D. |

1-3 L'esprit entrepreneurial

L'état d'esprit entrepreneurial se définit par une volonté de prendre des risques, de reconnaître et de capitaliser sur les opportunités, de persister face aux obstacles et de penser de manière innovante pour trouver des solutions. Il s'agit d'une mentalité proactive et créative axée sur la génération de valeur, souvent liée à la capacité de traduire des idées en actions tangibles et de faire une différence significative dans son environnement.

Voici un échantillon des diverses définitions de l'esprit entrepreneurial données par différents auteurs :

Selon Joseph Schumpeter «L'esprit entrepreneurial se manifeste par la capacité à introduire de nouvelles combinaisons de moyens de production, à découvrir de nouvelles méthodes de production, à ouvrir de nouveaux marchés, à saisir de nouvelles sources d'approvisionnement et à organiser de manière économique.»¹³

Selon Shane et Venkataraman «L'esprit entrepreneurial est la capacité de percevoir et de saisir des opportunités, de développer des idées innovantes, de mobiliser des ressources et de transformer ces opportunités en actions concrètes et valorisantes.»¹⁴

Selon Peter Drucker «L'esprit entrepreneurial est la recherche systématique et organisée des

¹¹ Shane, S., & Venkataraman, S. (2001). Entrepreneurship as a field of research: A response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson. *Academy of management review*, 26(1), 13-16.

¹² Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.

¹³ Schumpeter, J.A. (1934). "The Theory of Economic Development."

¹⁴ Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

changements, des opportunités et des réponses aux besoins non satisfaits, qui permettent de créer de la valeur économique et sociale.»¹⁵

Selon William B. Gartner «L'esprit entrepreneurial est la capacité de créer de la valeur en combinant de manière novatrice les ressources disponibles pour saisir des opportunités dans un environnement incertain.»¹⁶

L'esprit entrepreneurial incarne une mentalité dynamique et avant-gardiste, marquée par une volonté d'accepter les risques, d'identifier les perspectives, de persévérer au milieu des obstacles et de générer des solutions innovantes pour ajouter de la valeur. L'importance de cette capacité à introduire de nouveaux concepts, à mobiliser des ressources et à traduire les opportunités en efforts concrets est soulignée par diverses définitions proposées par des auteurs estimés tels que Joseph Schumpeter, Shane et Venkataraman, Peter Drucker et William B. Gartner. En fin de compte, l'esprit entrepreneurial joue un rôle central dans la promotion du progrès économique et social, en favorisant l'innovation, la croissance et le progrès.

2 L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique

La vitalité et la prospérité d'une économie dépendent grandement du rôle central joué par l'entrepreneuriat dans la stimulation de la croissance, de la création d'emplois et de l'innovation. Les entrepreneurs, en tant que catalyseurs du changement, possèdent la capacité d'identifier les opportunités, d'accepter les risques et de créer de nouvelles entreprises, apportant ainsi une contribution significative au développement économique.

2-1 L'impact de l'entrepreneuriat dans le développement économique

L'entrepreneuriat joue un rôle crucial dans le développement économique en stimulant la croissance économique et en contribuant à la création d'emplois, à l'innovation, à la diffusion des technologies et à la réduction de la pauvreté. Les entrepreneurs créent de nouvelles opportunités économiques en identifiant et en exploitant des opportunités de marché, ce qui génère de la richesse et stimule l'activité économique. Ils contribuent également à la diversification économique en créant des entreprises innovantes et en introduisant de nouveaux produits et services, ce qui renforce la compétitivité des entreprises et des régions.

2-2 Entrepreneuriat et croissance économique

L'entrepreneuriat est considéré comme un facteur clé de la croissance économique. Les entrepreneurs créent des emplois, stimulent l'innovation et la productivité, et contribuent à la diffusion des technologies. Les petites et moyennes entreprises (PME) sont souvent considérées comme les moteurs de croissance économique, car elles créent des emplois et stimulent l'innovation dans les

¹⁵ Drucker, P. F. (1986). *Innovation and entre-preneurship: practice and principles*. Harper & Row.

¹⁶ Drucker, P. F. (1986). *Pcit.*

régions.

2-3 L'innovation et l'entrepreneuriat

L'innovation est un aspect essentiel de l'entrepreneuriat. Les entrepreneurs sont souvent les premiers à identifier et à exploiter de nouvelles opportunités de marché, ce qui conduit à l'introduction de produits et services innovants. L'innovation est ainsi un outil clé pour les entrepreneurs pour se démarquer et créer de la valeur économique. Les entrepreneurs travaillent souvent en collaboration avec les institutions de recherche et les universités pour intégrer les connaissances scientifiques et les avancées technologiques dans leurs activités commerciales, ce qui contribue à transformer les connaissances en résultats économiques tangibles.

2-4 Les obstacles à la création d'entreprises

Les entrepreneurs rencontrent souvent des obstacles lors de la création et du développement de leurs entreprises. Les principaux obstacles incluent les limitations financières, l'accès limité aux capitaux, les réglementations complexes, les coûts élevés de capital, les infrastructures inadéquates et les systèmes de soutien insuffisants. Ces obstacles peuvent empêcher les entrepreneurs de démarrer et de développer leurs entreprises, ce qui peut ralentir la croissance économique.

2-5 Lever les obstacles au développement de l'entrepreneuriat

Pour lever ces obstacles et encourager le développement de l'entrepreneuriat, les politiques publiques doivent créer un environnement favorable aux entreprises. Cela inclut l'accès à des financements, des infrastructures et des systèmes de soutien, ainsi que des réglementations claires et efficaces. Les politiques doivent également promouvoir l'éducation et le développement des compétences, ainsi que la collaboration entre les entrepreneurs, les institutions de recherche et les universités pour encourager l'innovation et la croissance économique.

3 Les connaissances de la culture entrepreneuriale

Une culture entrepreneuriale est essentielle pour le succès d'une entreprise. Elle définit les valeurs et les comportements qui influencent les décisions stratégiques et les relations avec les employés et le monde extérieur. Comprendre et cultiver une culture entrepreneuriale positive est essentiel pour créer des entreprises prospères et durables.

3-1 La définition de la culture

La culture est un ensemble de valeurs, de croyances, de normes et de pratiques partagées par un groupe de personnes. Elle définit la façon dont les individus interagissent entre eux et avec le monde qui les entoure. La culture peut être formelle ou informelle, explicite ou implicite, et elle se manifeste dans tous les aspects de la vie d'un groupe, y compris dans le monde des affaires.

Parmi les définitions de la culture proposées par des acteurs clés :

3-1-1 Anthropologie:

Selon Edward B. Tylor (1871): «La culture est un ensemble complexe qui comprend les savoirs, les croyances, les arts, les lois, les coutumes, les techniques et les outils que les membres d'une société partagent et transmettent de génération en génération.»¹⁷

Selon Marvin Harris (1989): «La culture est un système de symboles et de significations qui permet aux humains de percevoir, d'interpréter et d'interagir avec le monde qui les entoure.»¹⁸

3-1-2 Sociologie:

Selon Émile Durkheim (1904): «La culture est un ensemble de manières de penser, de sentir et d'agir qui sont communes aux membres d'une société et qui distinguent cette société des autres.»¹⁹

Selon Pierre Bourdieu (1979): «La culture est un système de dispositions acquises qui permettent aux individus de penser, de percevoir et d'agir en fonction de leur position sociale.»²⁰

3-1-3 Psychologie:

Selon Geert Hofstede (1980): «La culture est la programmation mentale collective qui distingue les groupes humains les uns des autres.»²¹

Selon Harry Triandis (1995): «La culture est un ensemble de valeurs, de croyances et de normes partagées par les membres d'un groupe qui influencent leurs attitudes et leurs comportements.»²²

3-1-4 Gestion des affaires:

Selon Edgar Schein (1990): «La culture d'une organisation est un ensemble de valeurs, de croyances et de normes partagées par les membres de l'organisation qui influencent leurs comportements et leurs interactions.»²³

Selon Fred Luthans et Cary Y. Davis (1985): «La culture d'une organisation est un système de significations partagées qui influence la façon dont les membres de l'organisation perçoivent, interprètent et interagissent avec leur environnement»²⁴

3-2 La culture entrepreneuriale

Le succès d'une entreprise dépend de la présence d'une culture entrepreneuriale, qui façonne les valeurs, les croyances et les comportements de l'organisation. Cette culture joue un rôle central dans l'élaboration des décisions stratégiques, la promotion de relations positives avec les employés et l'orientation des interactions avec les entités externes.

¹⁷ Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom* (Vol. 2). J. Murray.

¹⁸ Marvin Harris (1989): *Cultural Anthropology: History, Theory, and Practice* (4ème édition), New York, HarperCollins.

¹⁹ Durkheim, É. (1904). *Les règles de la méthode sociologique*. F. Alcan.

²⁰ Pierre, B. O. U. R. D. I. E. U. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, éd. de Minuit.

²¹ Hofstede, G. (1984). *Culture's consequences: International differences in work-related values* (Vol. 5). sage.

²² Harry Triandis (1995): "Individualism & collectivism". Boulder, CO: Westview Press.

²³ Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (Vol. 2). John Wiley & Sons.

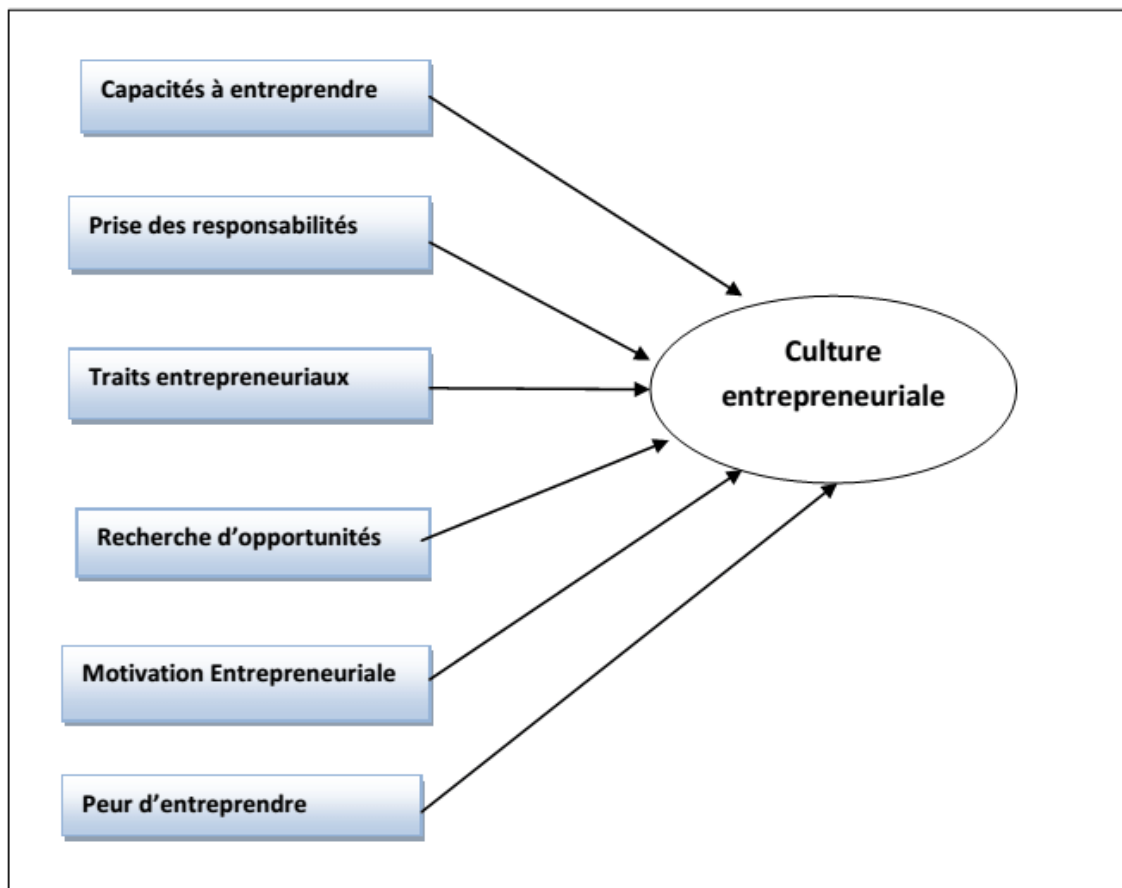
²⁴ Fred Luthans et Cary Y. Davis (1985): "Work motivation: How to increase organizational commitment and productivity". New York: Macmillan Publishing Company.

En favorisant un environnement entrepreneurial favorable, les entreprises peuvent acquérir un avantage notable sur leurs concurrents. Cela peut être réalisé en attirant et en retenant des talents exceptionnels, en stimulant l'innovation et en facilitant des processus décisionnels rapides et efficaces.

3-2-1 Définition de la culture entrepreneuriale

Le concept de culture entrepreneuriale revêt une importance considérable dans le domaine de l'entrepreneuriat et de la gestion d'entreprise. Il englobe une gamme d'éléments, notamment des valeurs, des croyances, des attitudes et des comportements, qui définissent un environnement propice à l'entrepreneuriat et à l'innovation. L'analyse de la culture entrepreneuriale d'une entreprise ou d'une organisation est essentielle pour évaluer son potentiel de création d'entreprise, sa capacité d'innovation et sa capacité à réussir dans un paysage concurrentiel. L'objectif de cette étude est d'approfondir les différentes facettes de la culture entrepreneuriale, en examinant ses éléments, son impact sur le progrès économique et les stratégies mises en œuvre pour favoriser son développement et sa prolifération. En intégrant les idées d'universitaires respectés et des études de cas convaincantes, notre objectif est de fournir une description complexe de l'importance de la culture entrepreneuriale pour cultiver la prospérité des entreprises et propulser l'expansion.

Figure N°02 Les racines de la culture entrepreneuriale



Source : https://www.researchgate.net/figure/Modele-de-la-culture-entrepreneuriale-de-Stephan-2007_fig1_323019639

3-2-2 Les valeurs entrepreneuriales

Les principes fondamentaux de l'entrepreneuriat constituent le fondement sur lequel les entreprises et les organisations entrepreneuriales sont construites. Ces valeurs constituent la boussole qui oriente les choix, la conduite et les collaborations au sein de ces entités dynamiques. Plutôt que de simples concepts théoriques, les valeurs entrepreneuriales se manifestent de manière tangible à travers les comportements et les mentalités quotidiennes qui façonnent l'identité d'une entreprise et cultivent sa culture.

A- Création de valeur : l'objectif principal de toute entreprise est de créer de la valeur pour ses clients et la société dans son ensemble. Cela signifie fournir des produits ou des services qui répondent aux besoins et aux désirs des clients tout en apportant une contribution positive à la société. Une expérience client exceptionnelle va au-delà de la simple satisfaction ; elle crée un lien émotionnel avec la marque et fidélise les clients. Dans le même temps, pour avoir un impact positif sur la société, elle doit prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux de ses activités et rechercher des améliorations.²⁵

B-Innovation : L'innovation est le moteur de la croissance et du progrès. Pousser constamment les confins du possible implique de déposer en problème le statu quo, de examiner de nouvelles idées et de développer de nouvelles solutions audacieuses pour répondre aux besoins en constante évolution des clients. Cela pourrait signifier de nouvelles technologies, de nouveaux processus, de nouveaux produits ou services, voire de nouveaux modèles économiques.²⁶

C-Prise de risque calculée : Démarrer une entreprise implique toujours un certain niveau de prise de risque. Avoir le courage de sortir des sentiers battus et de profiter des opportunités nécessite de prendre des décisions audacieuses et parfois risquées. Cependant, prendre des risques calculés signifie évaluer soigneusement les risques potentiels, prendre des décisions éclairées et mettre en œuvre des stratégies pour atténuer ces risques autant que possible.²⁷

D-Collaboration : le succès d'une entreprise dépend souvent de sa capacité à travailler en collaboration avec d'autres parties prenantes à l'intérieur et à l'extérieur de l'organisation. La

²⁵ Vieira, J. M. D. N. G. (2013). *Creating Shared Value. The Case of Nestlé* (Master's thesis, Universidade Catolica Portuguesa (Portugal)).

²⁶ Christensen, C., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2013). *Disruptive innovation*. Brighton, MA, USA: Harvard Business Review.

²⁷ Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.

collaboration implique le partage de connaissances, d'idées et de ressources pour atteindre des objectifs communs. Cela peut se manifester par des partenariats avec d'autres entreprises, des collaborations avec des agences gouvernementales ou des organisations à but non lucratif, ou simplement par un travail d'équipe au sein de l'entreprise.²⁸

E-Agilité : dans un environnement en constante évolution, l'agilité est essentielle. L'agilité signifie être capable de s'adapter rapidement aux changements du marché, aux nouvelles tendances et aux nouvelles opportunités. Cela peut nécessiter des changements stratégiques, une réorientation de vos activités, voire une transformation complète de votre modèle économique pour rester compétitif et pertinent.²⁹

F-Passion : La passion est ce qui motive les entrepreneurs à relever les défis et à surmonter les obstacles. Poussé par une motivation sans limites et une confiance inébranlable dans votre projet, vous pouvez rester motivé et engagé sur le long terme, même lorsque les choses se compliquent.³⁰

G-Responsabilité : Assumer la responsabilité de ses actes et de ses décisions est une caractéristique importante de tout entrepreneur. Cela signifie être conscient des conséquences économiques, sociales et environnementales de vos choix et en assumer l'entière responsabilité.³¹

H-Intégrité : Agir avec intégrité signifie agir de manière éthique et transparente, en respectant les valeurs et les normes éthiques. Cela implique d'entretenir des relations honnêtes et équitables avec les clients, les employés, les partenaires commerciaux et la société dans son ensemble, préservant ainsi la confiance et la réputation de l'entreprise.

Le concept d'entrepreneuriat s'étend bien au-delà du simple engagement économique. Il englobe une perspective dynamique qui alimente la créativité, favorise le progrès économique et génère une valeur substantielle. Malgré les obstacles rencontrés, notamment les limitations financières et les contraintes réglementaires, l'entrepreneuriat continue de jouer un rôle de catalyseur essentiel du progrès économique. En comprenant les fondements culturels et éthiques de l'entrepreneuriat, il devient possible de surmonter ces obstacles et de cultiver une atmosphère favorable aux affaires qui favorise la prospérité et facilite la croissance économique.

²⁸ Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. *Administrative science quarterly*, 116-145.

²⁹ Teece, D., Peteraf, M., & Leih, S. (2016). Dynamic capabilities and organizational agility: Risk, uncertainty, and strategy in the innovation economy. *California management review*, 58(4), 13-35.

³⁰ Duckworth, A. (2016). *Grit: The power of passion and perseverance* (Vol. 234). New York, NY: Scribner.

³¹ Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.

Section 2 : le tourisme

Dans cette section, nous approfondissons les fondements du tourisme, en adoptant une approche académique pour examiner ses différentes dimensions et ses différents impacts sur la société et l'économie. Le tourisme est comme un voyageur infatigable, transcendant les frontières pour établir des liens culturels, stimuler les économies et enrichir la vie personnelle. C'est pourquoi nous explorerons avec audace ce sujet, mettrons en évidence ses multiples aspects et analyserons ses profondes implications dans un contexte académique rigoureux.

2-1- Généralité sur le tourisme

2-1-1 Définition du tourisme

Il existe une variété de définitions du tourisme, mais il n'existe pas de définition normalisée et universellement acceptée à l'échelle internationale.

G.CAZES (1989) 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 »³².

L'Organisation mondiale du tourisme (**OMT**) définit le tourisme comme « les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans les lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs ».³³

Commission des Nations Unies (1993) : "Le tourisme est l'ensemble des activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et 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".³⁴

Le tourisme donc est un ensemble des déplacements effectués par les individus en dehors de leur lieu de résidence habituel, pour une période donnée, dans le but de loisirs, d'affaires ou de soins de santé.

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

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

³² Georges Cazes, *Le tourisme international Mirage ou Stratégie d'avenir*, Edition HATEIR, 1989, p.7

³³ Organisation mondiale du tourisme (OMT). (n.d.). Définitions du tourisme. Consulté le <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.

³⁴ Unies, N. (1993). *Rapport du Comité des droits de l'enfant*. Nations Unies.

« L'art de satisfaire les aspirations les plus divers qui incitent l'homme à se déplacer hors de son univers quotidien et de son cache habituel, à la recherche de dépaysement et d'évasion »³⁵.

2-1-2 Définition du touriste

Un touriste peut être défini comme un voyageur ou un visiteur. Les visiteurs sont des personnes qui passent au moins une nuit dans un endroit spécifique. En revanche, les voyageurs se déplacent entre deux ou trois lieux différents, avec un séjour de plus d'une journée. Il s'agit de toute personne (résident ou non-résident) quittant son domicile habituel pour une période d'au moins 24 heures et ne dépassant pas 4 mois, que ce soit pour des raisons personnelles ou professionnelles.³⁶

2-1-3 L'histoire de tourisme ³⁷

Les origines du tourisme remontent à l'Antiquité, avec les voyages des Égyptiens, Grecs et Romains pour le commerce, la religion et les loisirs. Au Moyen-Âge, les pèlerinages religieux vers des destinations comme Jérusalem, Rome et Saint-Jacques-de-Compostelle étaient courants.

Le concept du "Grand Tour" a émergé au XVI^e siècle, devenant populaire aux XVII^e-XVIII^e siècles chez les jeunes aristocrates européens. Ces longs voyages éducatifs à travers l'Europe, surtout en Italie et France, visaient à compléter leur éducation par l'art, la culture et les monuments.

Tourisme moderne (XIX^e - XX^e siècle)

Avec la révolution industrielle au XIX^e, le tourisme moderne a pris forme grâce aux progrès des transports (chemin de fer, bateaux à vapeur). Thomas Cook a organisé la première excursion à forfait en 1841 en Angleterre, marquant le début du tourisme organisé.

Le XX^e siècle a vu une expansion massive du tourisme, rendue possible par les voyages en avion et les congés payés. L'infrastructure touristique (hôtels, stations, parcs) s'est développée.

Tourisme contemporain (XXI^e siècle)

Aujourd'hui, le tourisme est une industrie mondiale et diversifiée (tourisme de masse, culturel, d'aventure, durable). Les avancées technologiques et la mondialisation ont rendu les voyages plus accessibles.

Pour une analyse approfondie, l'ouvrage de Marc Boyer "Histoire de l'invention du tourisme XVI^e-XIX^e siècles" (1996) explore comment les premiers voyages aristocratiques ont évolué vers des formes plus démocratiques de tourisme, influencées par les changements de l'époque.

2-2 Les formes et les types de tourisme

Il existe une multitude de catégories de touristes à travers le monde, pouvant être classées selon divers critères tels que sociaux, démographiques, culturels, économiques, et autres. Chaque type de touriste

³⁵ Mirtaghian Rudsari, S. M., & Pourfaraj, A. (2023). Tourism, From Definition to Redefinition in the New Era. *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(46), 7-45.

³⁶ HADRI, K. (2017). le tourisme durable.

³⁷ Boyer, M. (1999). *Histoire de l'invention du tourisme (XVI-XIX^e siècles): Origine et développement du tourisme dans le Sud-est de la France*. FeniXX.

répond à des besoins spécifiques, ce qui engendre une variété de formes de tourisme. En tant que futur professionnel dans ce domaine, il est important de connaître ces différents types de tourisme.³⁸

1-Tourisme culturel : Parmi les formes les plus répandues de tourisme, le tourisme culturel se distingue par le désir des voyageurs de découvrir et d'appréhender une culture spécifique. Il comprend notamment la participation à des événements culturels, la visite de musées, et la dégustation de spécialités locales.

2-Tourisme de luxe : Occupant une place particulière parmi les divers types de tourisme, le tourisme de luxe met en avant des expériences uniques et exclusives. La valeur est mesurée à travers l'expérience personnalisée offerte au consommateur.

3-Tourisme médical : Aussi connu sous le nom de tourisme hospitalier, il consiste à voyager dans un autre pays pour recevoir des soins de santé, que ce soit pour des raisons économiques ou pour accéder à des traitements spécifiques.

4-Tourisme esthétique : Ce type de tourisme implique des voyages axés sur des soins de beauté spécialisés, tels que les chirurgies esthétiques ou les traitements de beauté exotiques.

5-Tourisme urbain : Ce type de tourisme met en avant les aspects architecturaux et culturels des villes, offrant aux voyageurs une variété d'activités touristiques au cœur des zones urbaines.

6-Tourisme rural : En plein essor, ce type de tourisme séduit de nombreux voyageurs en quête de paysages naturels préservés, tels que les parcs nationaux, les forêts, et les zones de montagne.

7-Tourisme de formation : Axé sur l'apprentissage éducatif et la découverte de nouvelles connaissances, ce type de tourisme inclut des activités telles que l'apprentissage d'une langue étrangère ou la participation à des programmes éducatifs.

8-Tourisme gastronomique : Les voyageurs sont attirés par des destinations où la cuisine locale est mise à l'honneur, offrant ainsi une expérience culinaire unique et authentique.

9-Tourisme durable: Plaçant l'accent sur les impacts économiques, sociaux, et environnementaux du tourisme, cette forme de tourisme vise à assurer un équilibre entre les besoins des visiteurs, des professionnels du tourisme, de l'environnement, et des communautés locales.

10-Tourisme montagnard : Regroupant les activités de plein air liées aux massifs montagneux, ce type de tourisme est souvent associé à des sports tels que le ski, la randonnée, et le rafting.

11-Tourisme balnéaire : Profitant des littoraux et des eaux côtières, le tourisme balnéaire attire les voyageurs en quête de loisirs et de vacances sur ou près de la mer.

12-Tourisme d'aventure : Englobant toutes les activités réalisées lors de voyages dans des environnements différents du quotidien, le tourisme d'aventure offre des expériences uniques et souvent inattendues.

³⁸ <https://www.eslsca.ma/blog/quels-sont-les-types-de-tourisme>

13-Tourisme religieux ou spirituel : Ce type de tourisme est motivé par la visite de sites religieux ou spirituels en raison de convictions personnelles, offrant aux voyageurs une expérience de piété et de dévotion.

14-Tourisme vert : Le tourisme vert, de plus en plus apprécié, s'adresse surtout aux gens qui aiment se détendre ou retrouver le goût des produits simples et sincères. L'hébergement privilégié est la ferme auberge qui offre, souvent, la possibilité de participer aux travaux de la ferme elle-même.

15-Tourisme bleu et le blanc : Le bleu et le Tourisme. Blanc concernent toutes les pratiques touristiques qui se déroulent au bord de la mer ou à la montagne et s'adresse aussi bien à qui aime se détente (se baigner, se bronzer, faire des excursions) qu'aux gens qui aiment pratiquer des sports.

16-Tourisme d'affaires : Le tourisme d'affaires est un secteur qui s'est développé surtout à partir des années '90. Il concerne les séjours organisés dans des buts commerciaux, de formation, de convention. Il s'agit de l'organisation de conférences, congrès, séminaires. Pour accueillir cette typologie de "touristes" il faut disposer de grandes structures d'hébergement avec des salles de conférences, un équipement informatique et du personnel avec une formation technologique.

17-Tourisme d'agrément : Pour des raisons de loisir et de vacances (tourisme balnéaire, saharien, montagnoux...). Il est assez hétérogène car la notion d'agrément est subjective.

18- Tourisme écologique : Motivation pour préservation du bâtiment et de son environnement.

19-Tourisme sportif : Les passionnés de sport attendent souvent les vacances pour pratiquer leur sport privilégié de manière intensive. Pour cette catégorie de touristes le voyage n'est pas représenté par les séjours qui proposent des activités sportives comme complémentaires ou récréatives. Le t. Sportif est alors centré sur l'activité sportive autour de laquelle on organise le séjour : le ski, la voile, la plongée, l'équitation, la chasse, la pêche.....

2-3 Le rôle du tourisme

❖ Rôle social : ³⁹

- Le tourisme crée une ambiance de repos et de réduction du stress.
- Les actions reliées aux fonctionnements touristiques participés à résoudre le problème du chômage en créant un grand nombre d'opportunités d'emploi.
- Il permet les échanges culturels et la reconnaissance des personnalités individuelles et collectives.
- La possibilité d'échapper à un environnement de plus en plus dégradé et pollué en raison de l'implantation industrielle et de la concentration de la population urbaine.

³⁹ Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.

- Dans ce contexte, le tourisme révèle les traits rassurants et apaisés du psychisme individuel.
- ❖ Rôle culturel : ⁴⁰
 - Explorez les différentes civilisations des peuples du monde entier à travers les ruines et les ruines qui s'y trouvent.
 - Mettre en valeur le potentiel du pays en matière de patrimoine historique et architectural...
 - Ouverture de zone et puissance active.
- ❖ Rôle politique : ⁴¹
 - Promouvoir l'image du pays auprès du monde extérieur.
 - C'est synonyme de stabilité et de sécurité d'un pays.
 - Donner des flux commerciaux intenses entre les pays.
 - Il promeut la conscience internationale à travers « l'expérience », et L'importance des échanges politiques et économiques.
- ❖ Rôle économique : ⁴²
 - Amélioration du taux de change.
 - Balance des paiements.
 - Élaboration d'emplois (demande de chômage : 1 lit/0,5 emploi).
 - Promouvoir un développement du territoire mieux équilibré.

Le tourisme représente une force puissante qui peut influencer positivement le monde entier. Toutefois, afin de garantir la durabilité de cet impact, il est essentiel de le développer et de le gérer de manière responsable. En adoptant des méthodes durables, comme la préservation de l'environnement et du patrimoine culturel, ainsi que la promotion du tourisme équitable, nous pouvons assurer que le tourisme continuera à offrir des bénéfices aux générations présentes et futures. En faisant des investissements dans des projets durables et en impliquant les communautés locales, nous avons la possibilité de bâtir un avenir où le tourisme bénéficie économiquement tout en préservant notre planète et notre patrimoine pour les générations futures.

Conclusion

Lorsqu'elle est abordée dans un souci de durabilité et d'inclusive, la combinaison de


⁴⁰ Richards, G. (Ed.). (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Cabi.

⁴¹ Hall, C. M. (1994). *Tourism and politics: Policy, power and place*. John Wiley & Sons.

⁴² Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2020). *Tourism economics and policy* (Vol. 5). Channel View Publications.

l'entrepreneuriat et du tourisme peut servir de puissants catalyseurs de progrès économique et social. En favorisant une culture d'entrepreneuriat et en plaidant pour des pratiques touristiques responsables, les organismes gouvernementaux, les institutions mondiales et les membres des communautés ont la capacité de jouer un rôle important dans la création d'opportunités d'emploi de qualité, la lutte contre la pauvreté, la sauvegarde du monde naturel et la célébration de la diversité culturelle.

En résumé, ce chapitre a mis l'accent sur l'interdépendance et la relation symbiotique entre l'entrepreneuriat et le tourisme. En exploitant les atouts des deux secteurs, ces secteurs peuvent travailler ensemble pour promouvoir un développement durable et inclusif qui profite aux communautés locales, aux économies nationales et à l'environnement.



Chapitre II

Le tourisme en Algérie

Introduction

L'industrie touristique algérienne connaît un renouveau remarquable, semblable à la renaissance majestueuse d'un phénix. Malgré un passé tumultueux, la nation s'engage désormais sans réserve dans l'utilisation de ses trésors culturels et naturels pour faire du tourisme la pierre angulaire de son progrès économique et social.

L'objectif de ce chapitre est d'examiner la trajectoire historique du tourisme en Algérie, depuis la période coloniale jusqu'à nos jours. Tout au long de cet examen, nous soulignerons les étapes importantes qui ont façonné son développement et reconnaitrons les individus qui ont joué un rôle dans sa transformation. Par la suite, nous approfondirons le potentiel touristique de l'Algérie, en mettant en valeur ses attraits distinctifs et en abordant les obstacles qui doivent être surmontés afin d'en faire une destination privilégiée pour les voyageurs mondiaux. Enfin, nous explorerons les opportunités prometteuses présentées par le tourisme durable en Algérie, une approche progressiste qui donne la priorité à la conservation de l'environnement et au bien-être des communautés locales.

Section 1 : L'historique de tourisme en Algérie

Le tourisme en Algérie a une histoire complexe et tumultueuse, marquée par les influences coloniales, les bouleversements politiques et les transformations économiques. Depuis la période coloniale française, le tourisme a connu des phases de développement et de stagnation, influencées par les choix politiques et économiques du pays. Cette section explore l'histoire du tourisme en Algérie, de la période coloniale française à l'indépendance, puis aux périodes de l'économie planifiée et enfin aux dernières décennies.

1-1 Le tourisme dans la période coloniale française

En 1830, lorsque les Français arrivent en Algérie, le paysage touristique du pays connaît une transformation importante. L'introduction de la colonisation a apporté de nouvelles idées, modifié l'environnement physique et influencé la manière dont le tourisme était pratiqué, donnant naissance à un patrimoine aux multiples facettes et contradictoires.

Le tourisme balnéaire a connu un essor important le long des côtes algériennes. Ce qui était autrefois principalement visité par les pêcheurs et les commerçants est aujourd'hui devenu une destination recherchée par les colons français. L'attrait du climat méditerranéen, des paysages à couper le souffle et des plages de sable les a incités à affluer vers des villes comme Alger, Oran, Bône et Philippeville.

Pour répondre aux besoins croissants, diverses formes d'infrastructures, notamment des hôtels, des casinos, des installations balnéaires et des promenades au bord de l'eau, ont été construites. Alger, réputée pour son port animé, ses anciennes fortifications et ses belles plages, est devenue une destination touristique de premier plan. De même, Oran, avec ses quartiers charmants et son climat agréable, a également connu une croissance substantielle de son industrie touristique. Bône, aujourd'hui Annaba,

était appréciée pour ses plages de sable fin et ses eaux turquoise.⁴³

1-2 Le tourisme en Algérie après l'indépendance

A la fin de l'indépendance, la capacité hôtelière de l'Algérie était estimée à 5 922 lits, répartis principalement entre le tourisme balnéaire (50 %), urbain (40 %) et saharien (8%).

Cette répartition reflète essentiellement les besoins des clients européens, notamment français. Cependant, le départ des colons a laissé ces infrastructures dans un état de délabrement rendant leur développement irréalisable. En conséquence, en 1962, le pays disposait d'infrastructures vieillissantes et d'un nombre limité d'attractions touristiques, ce qui n'était pas propice à l'orientation du pays vers le tourisme en tant que moteur majeur du développement économique.⁴⁴

1-2-1 L'Algérie indépendante apprend à faire du tourisme

Au cours des années 1970, l'Algérie a connu une période de prospérité dans le secteur du tourisme. Les complexes balnéaires étaient régulièrement complets, attirant un grand nombre de touristes en provenance de pays européens. Les hôtels situés dans le sud du pays étaient très prisés tout au long de l'année, affichant souvent complet même pendant la saison estivale. Les périodes de pointe se manifestaient lors des vacances d'hiver, de printemps, ainsi que lors des longs week-ends de Pâques, de la Pentecôte et de l'Ascension, en avril et mai.

Le mode d'arrivée privilégié pour les touristes était souvent par bateau depuis Marseille, avec des navires comme le Napoléon, le Liberté ou le Corse, permettant aux visiteurs d'apporter leur propre véhicule. Les circuits touristiques ATA ou AL-tour, connus sous le nom d'Open-Road, étaient populaires, offrant aux voyageurs la possibilité de parcourir les oasis en voiture. À Alger, les terrasses des restaurants et bars étaient constamment remplies de touristes, créant une ambiance animée.

Même en hiver, des touristes seniors, notamment des Finlandais grâce au tour-opérateur Lomamatka, profitaient du climat ensoleillé et découvraient les richesses culturelles du pays, notamment les ruines romaines à Tipasa et Cherchel, ainsi que la Casbah d'Alger. Les services d'accueil dans les aéroports, les hôtels et les restaurants étaient de qualité, renforçant ainsi la réputation de l'Algérie en tant que destination touristique accueillante et attrayante.

Cependant, cette période de prospérité a été suivie d'une phase de déclin entre 1981 et 1986. Pendant cette période, le secteur du tourisme national a stagné, avec une diminution de l'afflux de touristes étrangers et un manque d'investissement dans la rénovation ou la construction de nouvelles infrastructures touristiques. Cette tendance négative s'est poursuivie pendant la décennie suivante, marquée par une période sombre de violence et d'instabilité politiques, connue sous le nom de la décennie noire (1992-2003). Durant cette période, les pouvoirs publics ont été largement absents, ne

⁴³ <https://www.lhistoire.fr/bienvenue-en-alg%C3%A9rie-coloniale>

⁴⁴ "Histoire du tourisme algérien" de Mohamed Henia (Éditions ENAG, 2004).

mettant en place aucune initiative pour relancer le secteur du tourisme. Au contraire, l'image du pays à l'étranger a été ternie par la violence, faisant du tourisme une activité pratiquement inexistante et contribuant ainsi à la détérioration progressive de l'industrie touristique algérienne.⁴⁵

1-2-2 Les périodes de l'économie planifiée après l'indépendance^{46 47}

1- Économie de la période 1962-1966 :

L'objectif principal de cette première étape était de reconstruire et de renforcer l'économie algérienne après la guerre d'indépendance. La stratégie mise en place reposait sur la centralisation de la planification et la nationalisation des ressources naturelles et des secteurs essentiels. Le principal but était de diminuer la dépendance à la France et de favoriser l'autonomie économique.

2- Économie de la période 1966-1980 :

Le processus de socialisation de l'économie s'est accéléré durant cette période, avec la réforme agraire et la nationalisation des industries lourdes. La croissance économique de l'Algérie a également été significative, grâce aux revenus pétroliers. Toutefois, ce développement n'a pas été inclusif et n'a pas permis de diminuer de manière significative les disparités sociales.

3- Économie des années 1980-1990 :

La crise économique de cette décennie a été caractérisée par une baisse des prix du pétrole et une gestion inefficace des ressources. Le chômage a augmenté, les infrastructures ont été dégradées et les conditions de vie de la population ont été dégradées par la crise.

4- Économie des années 1990-2000 :

La transition vers une économie de marché a été caractérisée par la mise en œuvre de réformes économiques et l'ouverture graduelle au commerce extérieur. La décennie noire a également été caractérisée par une période de violence et d'instabilité politique qui a eu des conséquences néfastes sur l'économie.

5- La période après 2000 de l'économie :

L'économie algérienne a connu une stabilité relative et une croissance économique soutenue depuis le début des années 2000, grâce aux revenus pétroliers et gaziers. Toutefois, le pays continue de faire face à des défis majeurs, tels que la diversification de l'économie, la génération d'emplois, la diminution des disparités sociales et la promotion de la bonne gouvernance.

⁴⁵ Le Tourisme En Algérie Tahar Amina1 University Hassiba Benbouali- CHLEF.

⁴⁶ Rabah, K. A. R. A. (2018). Essai sur l'évolution de l'économie algérienne 1962-2015: Approche historique. *Revue cahiers économiques*, 329-350.

⁴⁷ Essai sur l'évolution de l'économie algérienne 1962-2015: Approche historique KARA Rabah Maître de Conférence Faculté des sciences Economiques, Commerciales et des Sciences de Gestion Université de Tizi-Ouzou/ Algérie

Section 2 : L'investissement touristique en Algérie

Commençons notre exploration du paysage de l'investissement touristique en Algérie en approfondissant les concepts fondamentaux. Ensuite, nous examinons les différentes organisations dédiées à l'aide et à l'avancement des petites et moyennes entreprises de l'industrie touristique. Enfin, nous approfondirons le domaine de l'investissement touristique en Algérie, mettant en lumière les perspectives et les obstacles rencontrés dans ce domaine en plein essor.

2-1-Définition des concepts

2-1-1-Définition de l'investissement d'une manière générale

L'investissement, dans son sens général, se réfère à l'allocation de ressources (financières, matérielles, humaines) dans le but de générer des revenus futurs ou des avantages économiques à long terme. Il peut prendre différentes formes telles que l'achat d'actifs tangibles (comme des biens immobiliers, des équipements) ou intangibles (comme des actions, des obligations), ainsi que des dépenses dans des projets de développement ou de recherche.

2-1-2- Définition de l'investissement touristique

L'investissement touristique désigne spécifiquement les dépenses et les efforts entrepris dans le but de développer, d'améliorer ou de promouvoir les infrastructures, les services et les attractions touristiques. Cela inclut la construction et la rénovation d'hôtels, de restaurants, de sites historiques, de parcs d'attractions, ainsi que les campagnes de marketing et de promotion visant à attirer les visiteurs.

Cooper et Hall soutiennent que « l'investissement touristique est crucial pour la création d'une destination compétitive. Il englobe les investissements publics et privés dans les infrastructures, telles que les aéroports, les routes, les systèmes de transport, ainsi que les services aux visiteurs, les attractions naturelles et culturelles, et les initiatives de marketing destinées à attirer des touristes nationaux et internationaux. »⁴⁸.

2-2 Organismes spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises

2-2-1 Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANAD) : Il s'agit d'une institution gouvernementale algérienne qui œuvre à soutenir les jeunes entrepreneurs en leur fournissant des financements et des conseils pour la création de leurs entreprises. L'ANAD revêt une importance capitale dans le développement économique en encourageant l'investissement dans divers secteurs, notamment le tourisme.

2-2-2 Caisse Nationale d'Assurance Chômage: La Caisse Nationale d'Assurance Chômage (CNAC) est une institution publique algérienne qui gère le système d'assurance chômage du pays. Elle fournit des

⁴⁸ Ch, C., & Hall, C. M. (2008). Contemporary tourism: an international approach. *New Zealand*.

prestations de chômage aux travailleurs ayant perdu leur emploi et met en œuvre des programmes visant à favoriser l'emploi et l'entrepreneuriat, ce qui peut inclure le financement d'investissements dans le secteur touristique.

2-2-3 Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI): L'ANDI est une agence gouvernementale algérienne chargée de promouvoir l'investissement national et étranger dans divers secteurs de l'économie algérienne, y compris le tourisme. Elle facilite les procédures administratives liées à l'investissement, fournit des incitations fiscales et offre des services de conseil aux investisseurs potentiels.

2-2-4 Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM)

L'Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) offre des microcrédits aux entrepreneurs à faible revenu, particulièrement aux femmes et aux jeunes. ANGEM vise à promouvoir l'auto-emploi et à lutter contre la pauvreté en fournissant des fonds pour le démarrage et l'expansion de petites entreprises. Son action est essentielle pour l'inclusion économique et sociale.

2-2-5 Fonds National de Développement des PME (FNDPME)

Le Fonds National de Développement des PME (FNDPME) est un organisme dédié au financement et au soutien des petites et moyennes entreprises. Il offre des prêts à taux réduit, des subventions et des garanties pour faciliter l'accès des PME au financement. Le FNDPME contribue à la croissance des entreprises locales et à la diversification de l'économie.

2-2-6 Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI)

La Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) soutient les entreprises algériennes en offrant des services de formation, de conseil et de mise en réseau. CACI joue un rôle important dans la représentation des intérêts des entreprises auprès des pouvoirs publics et dans la promotion des exportations.

2-3 L'investissement dans le tourisme en Algérie

L'investissement dans le tourisme en Algérie est considéré comme un impératif national pour stimuler la croissance économique et créer des emplois. Le pays dispose d'un patrimoine naturel, culturel et diversifié, qui offre de nombreux atouts touristiques. Le gouvernement algérien a mis en place une stratégie pour développer ce secteur, en définissant des objectifs clairs et en encourageant l'investissement.

- 1- Patrimoine naturel et culturel : L'Algérie dispose d'un patrimoine naturel et culturel riche et diversifié, comprenant des sources thermales, des plages sublimes, des sites aquatiques, et des sites historiques et culturels. Ce patrimoine offre de nombreux atouts touristiques pour attirer les touristes.
- 2- Gouvernance et réglementation : Le gouvernement algérien a mis en place des réglementations et des politiques pour encourager l'investissement dans le tourisme. Les autorités ont également créé des institutions et des structures pour gérer et promouvoir le secteur touristique.
- 3- Investissements et infrastructures : Les investissements dans les infrastructures touristiques, telles que les hôtels, les restaurants, les transports et les services, sont essentiels pour développer le secteur. Les autorités ont également mis en place des programmes pour améliorer les infrastructures existantes et créer de nouvelles.

2-4 Développement du Tourisme en Algérie (Un secteur en croissance)

Le tourisme en Algérie est un secteur économique en expansion. Le pays bénéficie d'une position géographique stratégique, avec un littoral méditerranéen long de plus de 1200 km et un relief varié, ce qui offre de nombreux atouts touristiques. Le tourisme est considéré comme un choix important pour les Algériens et les étrangers, et il contribue à la création d'emplois et au développement économique.

- 1- Position géographique : L'Algérie bénéficie d'une position géographique stratégique, avec un littoral méditerranéen long de plus de 1200 km et un relief varié, ce qui offre de nombreux atouts touristiques.
- 2- Patrimoine naturel et culturel : Le pays dispose d'un patrimoine naturel et culturel riche et diversifié, comprenant des sources thermales, des plages sublimes, des sites aquatiques, et des sites historiques et culturels.
- 3- Climat doux et infrastructures bien développées : Le climat est agréable tout au long de l'année, et les infrastructures de base sont bien développées, facilitant l'accès aux destinations touristiques.

2-4-1 La Stratégie de Relance Du Tourisme en Algérie

La stratégie de relance du tourisme en Algérie vise à promouvoir le secteur touristique en valorisant ses atouts naturels et culturels. Elle comprend plusieurs éléments clés, tels que :⁴⁹ ⁵⁰

Combinaison de la promotion du tourisme et de l'environnement : Intégrer la protection de l'environnement dans les stratégies de développement touristique.

⁴⁹ Ministère du Tourisme et de l'Artisanat <https://portail.mta.gov.dz/>

⁵⁰ Organisation mondiale du tourisme (OMT) <https://www.unwto.org/>

- 1- Valoriser le patrimoine historique, culturel : Mettre en valeur les sites historiques et culturels pour attirer les touristes. Cela peut inclure des initiatives pour restaurer et préserver ces sites, ainsi que des programmes pour promouvoir leur importance culturelle.
- 2- Améliorer durablement l'image de l'Algérie : Renforcer l'image de l'Algérie en tant que destination touristique. Cela peut inclure des campagnes publicitaires, des événements touristiques, et des initiatives pour promouvoir la culture et l'histoire du pays.
- 3- Impulser par un effet d'entraînement, les autres secteurs économiques : Utiliser le tourisme comme un moteur pour stimuler les autres secteurs économiques. Cela peut inclure des initiatives pour encourager l'investissement dans les secteurs liés au tourisme, tels que l'hôtellerie et les services.
- 4- Faire de tourisme l'un des moteurs de la croissance économique : Faire du tourisme un secteur clé pour la croissance économique de l'Algérie. Cela peut inclure des initiatives pour encourager l'investissement dans le tourisme, ainsi que des programmes pour améliorer les infrastructures et les services touristiques.

Ces objectifs visent à promouvoir le tourisme en Algérie en valorisant ses atouts naturels et culturels, tout en intégrant des stratégies pour améliorer l'image de la destination et stimuler les autres secteurs économiques.

2-4-2 Les cinq objectifs du SDAT 2025

Dans ce qui suit nous présentons les cinq objectifs par le SDAT 2025 pour le développement du tourisme en Algérie :^{51 52}

- 1) Combiner la promotion du tourisme et de l'environnement : Intégrer la protection de l'environnement dans les stratégies de développement touristique. Cela signifie prendre en compte les impacts environnementaux du tourisme et mettre en place des mesures pour les minimiser, afin de promouvoir un tourisme durable.
- 2) Valoriser le patrimoine historique et culturel : Mettre en valeur les sites historiques, archéologiques et culturels de l'Algérie pour attirer les touristes. Cela peut inclure des initiatives de restauration, de préservation et de mise en scène de ce patrimoine, ainsi que des programmes pour en promouvoir l'importance.
- 3) Améliorer durablement l'image de l'Algérie : Renforcer l'image de l'Algérie en tant que destination touristique attractive et sûre, au niveau national et international. Cela peut passer par

⁵¹ بلبريك, & محمد. (2022). تسيير الموارد البشرية في القطاع السياحي بين متطلبات المهنة و تحديات المحيط. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات, 9(2), 52-67.

⁵² [L'Algérie, pays continent doit s'ouvrir au tourisme : Le schéma directeur de l'aménagement touristique \(S.D.A.T\) - ECOTIMES \(ecotimesdz.com\)](https://www.ecotimesdz.com)

des campagnes de communication, l'organisation d'événements touristiques, et la valorisation de la culture et de l'histoire du pays.

- 4) Impulser un effet d'entraînement sur les autres secteurs économiques : Utiliser le développement du tourisme comme un moteur pour stimuler les autres secteurs économiques connexes, tels que l'hôtellerie, la restauration, l'artisanat, les transports, etc. Cela permettra de créer des synergies et de maximiser les retombées économiques du tourisme.
- 5) Faire du tourisme l'un des moteurs de la croissance économique : Positionner le tourisme comme un secteur clé pour la croissance économique de l'Algérie, en encourageant les investissements, en améliorant les infrastructures et les services touristiques, et en faisant du tourisme une priorité nationale.

Ces cinq objectifs visent à faire du tourisme un véritable levier de développement économique et social pour l'Algérie, tout en préservant son environnement et son patrimoine culturel.

Section 03 : les potentielles perspectives et les défis de tourisme en Algérie

Cette section se concentre sur l'avenir du tourisme en Algérie, et comprend à la fois le potentiel et les obstacles à venir. Notre discussion débutera par un examen des réglementations qui régissent le tourisme dans le pays, suivi d'une exploration des atouts remarquables qui contribuent à l'importance de l'Algérie sur la scène touristique mondiale. Par la suite, nous approfondirons les défis auxquels l'industrie du tourisme est confrontée, avec un accent particulier sur la durabilité. Enfin, nous soulignons les atouts de l'offre touristique algérienne et les perspectives qu'elle offre pour l'avenir du tourisme dans le pays.

3-1 La réglementation du tourisme en Algérie

Le secteur du tourisme en Algérie est encadré par un ensemble de lois, décrets et réglementations visant à promouvoir son développement durable, à protéger l'environnement et à valoriser le riche patrimoine culturel du pays.

1- Cadre juridique principal

- **Loi n°01-06 du 05 février 2001 relative au tourisme:** Cette loi pose les principes fondamentaux du développement touristique en Algérie, en mettant l'accent sur la promotion de l'investissement, la protection de l'environnement et la valorisation du patrimoine culturel.

- **Décret exécutif n°13-235 du 25 juillet 2013 portant création du Haut Conseil du Tourisme:** Cet organisme consultatif a pour mission de donner des avis et de formuler des propositions sur les politiques et stratégies de développement du tourisme en Algérie.
- **Décret exécutif n°14-255 du 31 octobre 2014 portant création de l'Agence nationale de développement du tourisme (ANDT):** L'ANDT est chargée de mettre en œuvre les politiques et stratégies de développement du tourisme, de promouvoir la destination Algérie sur les marchés internationaux et d'appuyer les investissements dans le secteur.

2- Organismes de régulation

- **Ministère du Tourisme et de l'Artisanat:** Le ministère est l'autorité centrale en charge de l'élaboration et de la mise en œuvre des politiques et stratégies de développement du tourisme en Algérie.
- **Agence nationale de développement du tourisme (ANDT):** L'ANDT joue un rôle crucial dans la promotion de la destination Algérie, le soutien aux investissements et la mise en œuvre des programmes de développement touristique.
- **Wilayas et communes:** Les wilayas (provinces) et les communes (municipalités) interviennent également dans la réglementation du tourisme, notamment en matière d'urbanisme, d'octroi de licences et de contrôle des établissements touristiques.

3- Principales réglementations

Le rôle des réglementations concernant le secteur touristique en Algérie est crucial pour gérer et promouvoir l'industrie du tourisme dans le pays. La classification des hôtels, par exemple, offre aux voyageurs la possibilité de sélectionner des logements en fonction de leurs besoins et de leurs préférences, avec des critères définis allant de 1 à 5 étoiles, reflétant ainsi le niveau de confort et de service proposé. En outre, il est essentiel pour les agences de voyages, les guides touristiques et autres fournisseurs de services touristiques d'obtenir des licences d'exploitation, garantissant ainsi la qualité et la légalité des services offerts. Les réglementations mettent également l'accent sur la préservation de l'environnement, demandant aux établissements touristiques de respecter les normes environnementales en vigueur afin de préserver les ressources naturelles du pays. Finalement, il est essentiel de mettre en valeur le patrimoine culturel riche d'Algérie, ce qui encourage les acteurs du secteur touristique à promouvoir et à préserver l'histoire et la culture du pays dans leurs activités.

4-Défis et perspectives d'évolution:⁵³

Le domaine du tourisme en Algérie, malgré ses nombreux atouts, fait face à divers obstacles qui freinent son expansion. Il est essentiel de repérer ces défis afin de développer des stratégies efficaces pour stimuler ce secteur essentiel de l'économie nationale.

A- Financement : L'accès aux financements reste un obstacle majeur pour le développement du secteur touristique. L'insuffisance des budgets alloués au tourisme limite la capacité de réalisation des projets et des infrastructures nécessaires.

B- Contraintes structurelles et institutionnelles : Les lourdeurs administratives et les inefficiences institutionnelles freinent le développement du tourisme. La simplification des démarches administratives et une meilleure coordination entre les différentes institutions sont essentielles pour stimuler le secteur.

C- Infrastructures inadéquates : Les infrastructures touristiques actuelles sont souvent insuffisantes et inadaptées. Il est crucial d'améliorer et de moderniser les installations existantes pour répondre aux besoins des touristes et attirer plus de visiteurs.

D- Déficit en promotion : Le manque de promotion et de communication efficace sur les attraits touristiques de l'Algérie réduit la visibilité du pays comme destination touristique. Des campagnes de marketing plus dynamiques et ciblées sont nécessaires pour renforcer l'image de l'Algérie.

E- Formation et qualification des personnels : Il existe un manque de personnel qualifié dans le secteur touristique. Améliorer les programmes de formation et augmenter les qualifications des professionnels du tourisme sont des priorités pour offrir un service de qualité.

F- Problèmes environnementaux : Intégrer la protection de l'environnement dans les stratégies de développement touristique est essentiel pour garantir un tourisme durable et préserver les ressources naturelles du pays.

Malgré les nombreux défis, le tourisme en Algérie possède un fort potentiel de croissance. En améliorant le cadre réglementaire, en simplifiant les procédures administratives et en investissant dans les infrastructures et la formation du personnel, l'Algérie peut transformer ces défis en opportunités et stimuler durablement le secteur touristique, contribuant ainsi à la diversification de son économie et à

بلبريك, & محمد. (2022). تسيير الموارد البشرية في القطاع السياحي بين متطلبات المهنة و تحديات المحيط. مجلة دراسات في علم اجتماع المنظمات, 9(2), 52-67.

la création d'emplois.

3-2 Les atouts touristiques de l'Algérie

L'Algérie, pays d'une histoire riche et d'une culture millénaire, possède un patrimoine exceptionnel et des paysages naturels d'une grande beauté qui en font une destination touristique de choix. Parmi ses nombreux atouts, on peut citer :

3-2-2 Un patrimoine culturel exceptionnel et millénaire:

A- Sites archéologiques romains et byzantins:

- **Timgad:** Fondée en 100 après J.-C. par l'empereur Trajan, Timgad est l'une des villes romaines les mieux conservées au monde. Ses ruines, classées au patrimoine mondial de l'UNESCO, offrent un témoignage fascinant de la vie quotidienne dans l'Empire romain.
- **Djemila:** Située dans les Aurès, Djemila, également classée au patrimoine mondial de l'UNESCO, est une autre ville romaine remarquable par sa beauté architecturale et son état de conservation exceptionnel. Ses temples, ses théâtres et ses arcs de triomphe témoignent de la grandeur de l'Empire romain.
- **Tipasa:** Située sur la côte méditerranéenne, Tipasa est une ancienne ville romaine et nécropole punique, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ses ruines, dominées par un théâtre romain surplombant la mer, offrent un panorama unique et une plongée dans l'histoire antique.

B- Casbah d'Alger:

- La Casbah d'Alger, labyrinthe fascinant et symbole de l'architecture arabo-andalouse, est classée au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ses ruelles étroites, ses maisons traditionnelles et ses mosquées témoignent de la richesse de l'histoire et de la culture algérienne. Se promener dans la Casbah, c'est s'immerger dans l'âme de la ville et découvrir l'art de vivre algérien.

B- Villes anciennes et villages pittoresques:

- **Constantine:** Surnommée la "Cité des ponts suspendus", Constantine est une ville perchée sur des rochers et reliée par des ponts spectaculaires. Sa médina, ses souks animés et ses paysages grandioses en font une destination incontournable pour les amateurs de découvertes authentiques.

- **Béjaïa:** Située sur la côte méditerranéenne, Béjaïa est une ville portuaire charmante avec une médina classée au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ses ruelles pittoresques, ses maisons blanchies à la chaux et ses vues imprenables sur la mer en font un lieu idéal pour se détendre et profiter de la beauté des paysages algériens.
- **Ghardaïa:** Située dans le désert du Sahara, Ghardaïa est une ville oasis classée au patrimoine mondial de l'UNESCO. Ses ksour, fortifications traditionnelles en terre crue, et ses palmeraies verdoyantes offrent un dépaysement total et une découverte unique de l'architecture saharienne.

C- Musées riches en collections d'art et d'objets historiques:

- **Musée national des Beaux-Arts d'Alger:** Abrite une collection d'art algérien et international, allant de la préhistoire à nos jours.
- **Musée national de Cirta (Constantine):** Consacré à l'histoire et à l'archéologie de la région de Constantine, il présente des objets uniques retraçant la présence humaine dans la région depuis la préhistoire.
- **Musée national de l'Artisanat (Alger):** Dédié à l'artisanat traditionnel algérien, il présente une collection riche et variée de tapis, de poteries, de bijoux et d'autres objets d'art.

3-2-3 Un réseau de transport en développement

A-Aéroport international d'Alger

- Principal point d'entrée du pays, l'aéroport international d'Alger est desservi par de nombreuses compagnies aériennes internationales, reliant l'Algérie aux principales villes d'Europe, d'Afrique et du Moyen-Orient.
- L'aéroport dispose de tous les services modernes attendus par les voyageurs internationaux, tels que des boutiques duty-free, des restaurants, des cafés et des espaces de détente.

B- Réseau routier national en cours d'amélioration

- Le réseau routier national algérien s'étend sur plus de 100 000 km et relie les principales villes du pays.
- Des autoroutes modernes ont été construites ces dernières années, facilitant les déplacements en voiture et réduisant les temps de trajet.

La signalisation routière est généralement bonne, mais il est important de rester vigilant et de se renseigner sur les conditions de circulation avant de prendre la route, en particulier dans les zones isolées.

C- Lignes ferroviaires

- Le réseau ferroviaire algérien relie Alger à quelques villes du nord du pays, notamment Oran, Annaba et Constantine.
- Voyager en train est un moyen confortable et économique de découvrir le paysage algérien.
- Les trains ne circulent pas toujours à l'heure, il est donc important de prévoir une marge de temps suffisante pour vos déplacements.

D-Transports en commun

- Les grandes villes algériennes disposent d'un réseau de transports en commun développé, comprenant des bus, des taxis et des tramways.
- Les bus sont un moyen abordable de se déplacer en ville, mais ils peuvent être bondés aux heures de pointe.
- Les taxis sont facilement disponibles dans les grandes villes et peuvent être négociés avant la course.
- Certaines villes, comme Alger et Oran, disposent également de tramways modernes et efficaces.

3-2-4 Un artisanat riche et varié

L'artisanat algérien est réputé pour sa beauté, sa diversité et son savoir-faire ancestral. On retrouve des spécialités artisanales dans toutes les régions du pays, reflétant la richesse des cultures et des traditions locales. Voici quelques exemples d'artisanat algérien typique :

A-Poterie: La poterie kabyle, originaire des régions montagneuses du nord de l'Algérie, est célèbre pour ses motifs géométriques et ses couleurs vives. Les potiers kabyles utilisent des techniques traditionnelles pour fabriquer des jarres, des plats, des bols et d'autres objets décoratifs.

B-Tapis: Les tapis algériens, tissés à la main avec de la laine de mouton et de chèvre, sont réputés pour leur qualité et leur beauté. Les motifs et les couleurs des tapis varient selon les

régions, reflétant la diversité des cultures et des savoir-faire locaux. Les tapis Beni Ouarain, originaires des Aurès, sont particulièrement prisés pour leur simplicité et leur élégance.

C-Bijoux: Les bijoux algériens, en argent, en or et en pierres précieuses, sont fabriqués par des artisans talentueux. On trouve une grande variété de bijoux traditionnels, tels que des colliers, des bracelets, des boucles d'oreilles et des bagues, souvent ornés de motifs floraux ou géométriques.

D-Produits en cuir: Le cuir est un matériau important dans l'artisanat algérien. Les artisans fabriquent des sacs, des chaussures, des babouches (sandales traditionnelles), des ceintures et d'autres objets décoratifs avec du cuir de qualité supérieure. Le travail du cuir est particulièrement important dans les régions du sud, où l'on trouve des produits en cuir raffinés et résistants.

L'artisanat algérien est un excellent moyen de ramener un souvenir unique et authentique de votre voyage en Algérie. Vous trouverez des produits artisanaux dans les souks des villes et villages, ainsi que dans les boutiques d'artisanat et les galeries d'art. En encourageant l'artisanat local, vous soutenez également les artisans et contribuez à la préservation du patrimoine culturel algérien.

3-2 Les défis du tourisme en Algérie

L'Algérie possède un vaste potentiel touristique grâce à son patrimoine culturel et naturel riche.

Toutefois, le domaine fait face à divers obstacles importants qui entravent son expansion et sa diversification.

1. Des installations insuffisantes et inadaptées :

- Dans certaines régions, les hôtels vieillissants présentent un manque de capacité d'accueil.
- L'infrastructure aérienne et terrestre est peu développée, ce qui restreint l'accès à certaines destinations.
- L'offre touristique est peu diversifiée en raison du manque d'infrastructures de loisirs et d'activités.

2. Manque de communication et de promotion :

- Parfois, l'image du pays à l'étranger est négative en raison des troubles passés et d'un manque de communication efficace.
- Il y a un manque de marketing touristique, qui ne met pas assez en avant les atouts du pays.
- Faible présence sur les marchés mondiaux et les plateformes numériques.

3. Une variété restreinte de l'offre touristique :

- Le tourisme se concentre principalement sur le secteur balnéaire, avec une faible expansion vers d'autres segments tels que le tourisme culturel, saharien, écologique, etc.
- Il y a un manque de produits touristiques novateurs et adaptés aux besoins des diverses catégories de clients.
- La saisonnalité est forte, avec une forte affluence touristique pendant l'été.

4. Des employés peu qualifiés :

- Parfois, les employés du secteur touristique sont peu entraînés et manquent de compétences spécialisées.
- Le personnel d'accueil et d'animation ne maîtrise pas suffisamment les langues étrangères.
- Les populations locales sont peu impliquées dans le développement touristique.

5. Manque de réglementation et de gouvernance adéquate :

- Le cadre juridique et réglementaire peut parfois être complexe et peu encourageant pour investir.
- La coordination entre les divers acteurs du secteur touristique est insuffisante.
- Les investisseurs et les touristes peuvent être découragés par la corruption et la bureaucratie.

6. Conséquences écologiques du tourisme :

- La gestion des déchets et de l'eau peut parfois être défectueuse, ce qui peut causer des dommages à l'environnement.
- Construire des infrastructures touristiques qui ne respectent pas l'environnement.
- Il est possible que le tourisme de masse ait des conséquences néfastes sur les écosystèmes et les paysages.

En dépit de ces difficultés, le tourisme en Algérie possède de nombreux atouts pour se développer de manière durable et inclusive. Si l'Algérie prend en considération ces défis et met en place des solutions appropriées, elle pourra pleinement exploiter son potentiel touristique et faire du tourisme un moteur de croissance économique et de création d'emplois pour le pays.

3-3 Le tourisme durable en Algérie

Le développement durable s'est imposé comme un principe fondamental des politiques territoriales, tant au niveau national que local. Les responsables de chaque région sont encouragés à

promouvoir le tourisme dans leur gestion quotidienne, en mettant notamment l'accent sur le tourisme de montagne et le tourisme vert. L'Algérie, dotée de nombreux sites magnifiques, a le potentiel d'attirer des touristes locaux et étrangers, incitant ainsi les acteurs du voyage à préserver la beauté naturelle de ces lieux. Le tourisme durable en Algérie devrait se caractériser par un développement responsable, axé sur la préservation des ressources naturelles et du patrimoine culturel. Les responsables du tourisme expriment leur volonté de mener des études et d'entreprendre des aménagements favorisant le développement de cette activité. Le tourisme durable mérite une attention particulière car il représente une nouvelle approche conciliant les attentes du tourisme avec les impératifs de préservation de la nature.

Consultation

L'activité touristique algérienne, véritable joyau brut, possède de vastes possibilités inexploitées. Avec son abondance de trésors culturels et naturels remarquables, le pays s'impose comme une destination incontournable pour les voyageurs. Grâce à la mise en œuvre d'un plan de croissance ambitieux, adoptant les principes du tourisme durable et exploitant les efforts collectifs de toutes les parties impliquées, l'Algérie est sur le point de transformer le tourisme en un catalyseur du progrès économique et du bien-être de sa population. L'industrie touristique algérienne est prête pour un avenir prospère, assurant un équilibre parfait entre la croissance économique, la sauvegarde du patrimoine culturel et la promotion de la durabilité environnementale. À bras ouverts, le pays attend avec impatience les voyageurs du monde entier, prêts à dévoiler ses joyaux secrets et à offrir une expérience sans précédent, authentique et hospitalière.



Chapitre III
Le secteur touristique à
Bejaïa

Introduction

La wilaya de Bejaïa, située sur la côte méditerranéenne de l'Algérie, est l'une des régions les plus pittoresques et les plus diversifiées du pays. Réputée pour ses paysages spectaculaires, son riche patrimoine historique et culturel, ainsi que ses plages immaculées, Béjaïa attire chaque année des milliers de visiteurs nationaux et internationaux.

Le tourisme représente un secteur clé pour le développement économique de cette wilaya, offrant des opportunités significatives pour la croissance locale, la création d'emplois et la promotion du patrimoine culturel et naturel. Cependant, malgré son potentiel indéniable, le secteur touristique à Béjaïa fait face à plusieurs défis qui entravent son plein essor.

Dans le chapitre conclusif de notre étude, notre objectif est de fournir une analyse du secteur touristique dans la région de Bejaia. Nous nous concentrerons ensuite sur la zone spécifique que nous avons étudiée au sein de cette région touristique. Enfin, nous procéderons à une analyse des résultats de notre recherche, principalement en nous appuyant sur les données fournies par la direction du tourisme de la wilaya de Bejaia.

SECTION 1 : Aperçu général sur la wilaya de Bejaia

Cette section présente une description géographique détaillée de la wilaya de Bejaia, en mettant en valeur ses atouts naturels et touristiques. Elle aborde également les flux touristiques et les agences de voyages présentes dans la région.

1.1 Présentations de la wilaya

La wilaya de Bejaïa, située dans la région de la Kabylie en Algérie, est reconnue pour sa diversité naturelle et culturelle exceptionnelle. Bejaïa est entourée par une nature préservée, avec ses montagnes imposantes et ses plages magnifiques. La ville de Bejaïa elle-même allie modernité et tradition, offrant un mélange unique d'histoire, d'architecture et de vie contemporaine.

La région de Bejaïa est réputée pour sa riche histoire, remontant à l'antiquité avec la cité romaine de Saldae. Cette histoire est également marquée par les influences berbères, arabes et ottomanes, offrant un patrimoine culturel varié et fascinant.

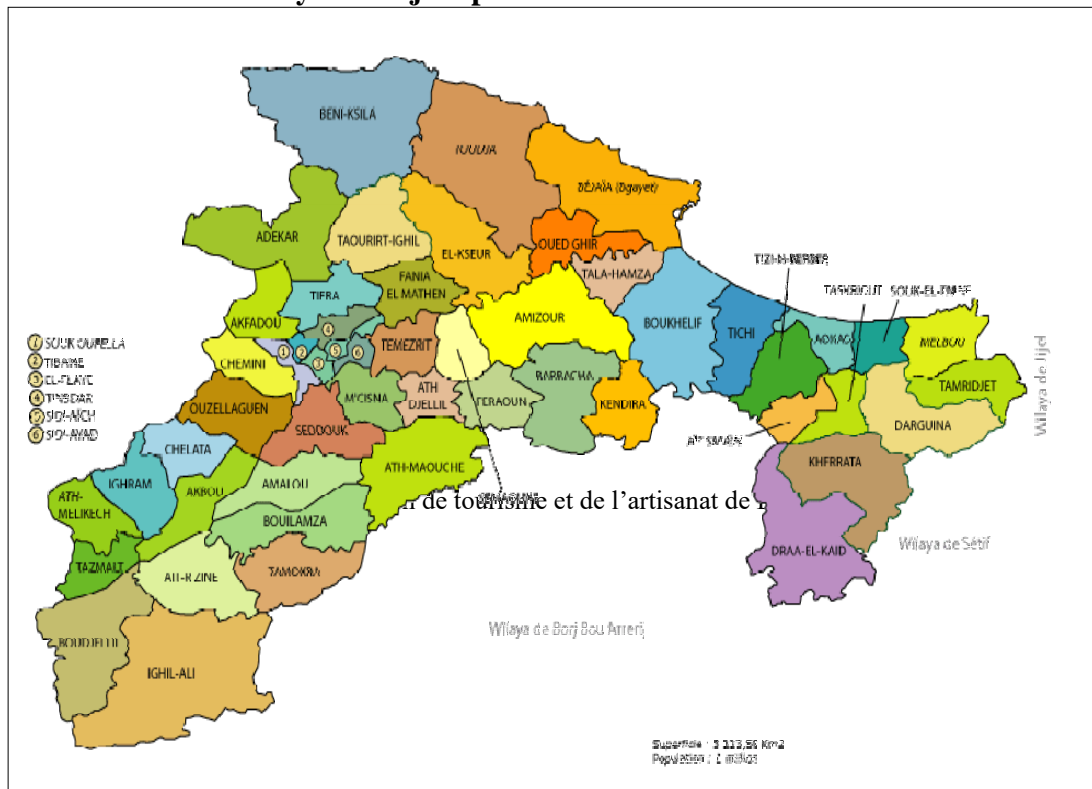
Bejaïa est également connue pour son industrie portuaire dynamique, avec son port en eaux profondes qui est un point de passage important pour le commerce en Méditerranée. Cette activité économique est complétée par l'agriculture, avec ses vergers d'oliviers et ses cultures de fruits et légumes qui contribuent à l'économie locale.

La gastronomie de Bejaïa est un autre aspect marquant de la région, avec ses plats traditionnels à base de produits locaux comme le couscous, les tajines et les pâtisseries savoureuses. Les marchés colorés et animés de Bejaïa offrent une véritable immersion dans la culture culinaire.

La région de Bejaïa est un véritable joyau naturel, avec ses parcs nationaux, ses forêts luxuriantes et ses plages de sable fin. Les amateurs de plein air peuvent profiter de randonnées dans les montagnes environnantes, de balades en bord de mer ou de sports nautiques le long de la côte.

La wilaya de Bejaïa est une destination incontournable pour les amateurs d'histoire, de culture, de nature et de gastronomie. Sa richesse patrimoniale et sa beauté naturelle en font une région à découvrir et à apprécier sous tous ses aspects.

Figure N°02 : carte de la wilaya de Bejaia par commune



1- Situation géographique

Après un inventaire des ressources de la région de Bejaïa, nous présentons brièvement son potentiel touristique. Cette catégorie inclut les éléments suivants : littoral (mer, plages et curiosités), ressources thermales, lacs et cascades. Bejaïa et ses environs offrent certains des plus beaux paysages de la côte maghrébine et de la Méditerranée. Avec une situation géographique privilégiée, Bejaïa bénéficie d'une façade maritime de plus de 100 km, surplombée par des massifs montagneux couverts de forêts denses. La région est riche en ressources naturelles et historiques, proposant des sites touristiques incomparables, des monuments et des grottes féeriques.

A- Le littoral

La région de Bejaïa est bordée par la Méditerranée sur une longueur d'environ 100 km. Cette frange côtière est proche d'une chaîne de montagnes riches en faune et en flore. Le littoral est divisé en deux parties distinctes.

La côte Est, longue de 45 km, s'étend du Cap Bouak à l'ouest jusqu'à Ziama Mansouria à l'est.

Cette partie dessine un golfe surplombé par la chaîne de montagnes des Babors. Elle offre une série ininterrompue de plages de sable fin et de mer peu profonde.

La côte Ouest, quant à elle, s'étend sur 55 km, entre le Cap Bouak à l'est et l'embouchure de Béni K'sila à l'ouest. Cette côte est très accidentée mais se distingue par sa richesse naturelle avec ses îles, presqu'îles, caps, anses, plages de rochers, de galets et de sable fin, grottes et rochers.

La mer et la plage sont les principaux atouts du littoral de la région. On y compte 34 plages capables d'accueillir environ 100 000 baigneurs. Les plages de la côte Est, avec leur sable fin et leur mer azurée et peu profonde, se succèdent sans interruption le long de la baie, bordée par une plaine qui sépare les montagnes. En revanche, la côte Ouest est ponctuée d'avancées rocheuses délimitant de magnifiques plages de sable fin, de galets et de rochers, formant des anses et des presqu'îles entourées d'une végétation luxuriante.

En plus de ses plages, le littoral de Béjaïa regorge de curiosités naturelles et aménagées. Nous avons recensé 16 sites d'intérêt : 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 du Djebel Gouraya, l'anse de Tamelaht (les salines), la zone sauvage de la partie nord de Gouraya, l'île des Pisans et le Cap Sigli.

Tableau N° 02 : Les plages de la wilaya de Béjaia

| Daïra | Commune | N° | Dénomination | Longueur (m) | Superficie |
|----------------|----------------|----|------------------|--------------|---------------|
| Souk El Tenine | Melbou | 01 | Tassift El Marsa | 500 | 03H 78A 13 Ca |
| | | 02 | El Djorf Dahabi | 600 | 02H 61A 64 Ca |
| | | 03 | 8 MAI 1945 | 500 | 02H 71A 96 Ca |
| | | 04 | Agrioun | 1000 | 07H 91A 85 Ca |
| | Souk El Tenine | 05 | Ighzer Leblat | 600 | 03H 14A 87 Ca |
| | | 06 | Souk El Tenine | 900 | 04H 32A 06 Ca |
| | | 07 | Lota Plage | 600 | 07H 27A 56 Ca |
| | | 08 | Ennouar | 600 | 02H 81A 74 Ca |
| | | 09 | Ighil hseine | 700 | 06H 90A 11 Ca |
| Aokas | Aokas | 09 | Sidi Rihane | 800 | 02H 83A 84 Ca |
| | | 10 | Oued Tabellout | 900 | 04H 83A 24 Ca |
| | | 11 | Aokas Centre | 700 | 02H 29A 81 Ca |

| | | | | | |
|----------|------------|-----|-------------------------------|------|---------------|
| | | 12 | Oued Zitouna | 600 | 06H 44A 64 Ca |
| | | 13 | Oued Djemaa | 100 | 04H 83A 67 Ca |
| | | 14 | Acherit | | 09H 49A 00 Ca |
| Tichy | Tichy | 15 | Taghzouyth | 800 | 08H 73A 19 Ca |
| | | 16 | Cité Ben Saïd | 600 | 03H 01A 54 Ca |
| | | 17 | Tichy Centre | 1200 | 08H 02A 78 Ca |
| | | 18 | Tichy Stade | 850 | 05H 08A 38 Ca |
| | | 19 | Les Hammadites | 900 | 06H 72A 06 Ca |
| | Boukhlifa | 20 | Oued Afalou | 800 | 06H 15A 19 Ca |
| | | 22 | El Djabia | 600 | 02H 65A 50 Ca |
| | | 23 | Acherchour | 1000 | 07H 68A 81 Ca |
| | | 24 | El Meghra | 1100 | 04H 58A 77 Ca |
| | | 25 | Oued Djoua | 1200 | 04H 46A 92 Ca |
| Bejaia | Bejaia | 26 | Les Aiguades | 200 | 00H 01A 79 Ca |
| | | 27 | Boulimat | 1200 | 04H 46A 29 Ca |
| | | 28 | Saket | 1200 | 04H 46A 29 Ca |
| El Kseur | Toudja | 29 | Timridjine | 800 | 02H 23A 51 Ca |
| | | 30 | Tardemt | 800 | 04H 29A 69 Ca |
| | | 31 | Tighremt (oued Mereid) | 400 | 01H 00A 00 Ca |
| | | 32 | Oued daas | 1200 | 04H 89A 95 Ca |
| Adekar | Béni Ksila | 33 | Ait Mendil | 1000 | 11H 36A 31 Ca |
| | | 34* | Azaghar | 1000 | 07H 36A 00 Ca |

saison 2021

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024 *le nombre des plages autorisées à la baignade pour la saison 2021

La zone maritime de ce littoral abrite une grande variété d'espèces végétales et animales. Cependant, la liste de la faune et de la flore maritimes reste incomplète en raison du manque d'études approfondies sur cette région.

B- Les lacs

La région de Bejaïa abrite de nombreuses zones humides qui possèdent un grand attrait touristique et écologique. Certaines de ces zones sont principalement exploitées pour la fourniture d'eau destinée à divers besoins de consommation. Voici quelque zone :

1. Le lac d'Ighil Emda a kherrata

Le lac d'Ighil Emda, situé dans la commune de Kherrata dans la wilaya de Béjaïa, est un lac artificiel créé par le barrage d'Ighil Emda, avec une capacité de 109 millions de mètres cubes. Ce lac est essentiel pour l'irrigation des terres agricoles, l'approvisionnement en eau potable des populations locales et joue également un rôle important dans les loisirs et le tourisme, avec des activités telles que la pêche et les promenades en bateau. En outre, il contribue à la conservation de la biodiversité locale, abritant une diversité de faune et de flore. Le lac d'Ighil Emda est ainsi une ressource précieuse pour le développement durable de la région

2. Le lac de Tichy-Haf à Bouhamza

Le lac de Tichy-Haf, situé à Bouhamza dans la wilaya de Béjaïa, est un lac artificiel créé par le barrage de Tichy-Haf. Il joue un rôle vital dans l'approvisionnement en eau pour l'irrigation des terres agricoles et la consommation domestique. Entouré de paysages montagneux pittoresques, le lac est également une destination prisée pour les activités récréatives comme la pêche et les promenades en bateau. En plus de ses fonctions utilitaires, il contribue à la conservation de la biodiversité locale en abritant une variété de faune et de flore. Le lac de Tichy-Haf est donc une ressource clé pour le développement durable de la région, alliant utilité économique et importance écologique (capacité de 1,5 milliards de m³).

3. Le lac Aguelmim Aberkane (lac noir)

Situé à la commune d'Adekar, le lac noir est bien plus qu'un simple plan d'eau. C'est un écosystème précieux, une destination touristique populaire et une source d'eau essentielle pour la région. Son existence témoigne de l'importance de protéger et de valoriser les richesses naturelles pour les générations futures.

4. Le lac des oiseaux

Le Lac des Oiseaux, s'étendant sur environ 2,5 hectares, est un havre de paix pour près de 40 espèces d'oiseaux, dont certaines sont migratrices. Situé au cœur d'une nature luxuriante, ce lac offre un refuge essentiel pour une diversité aviaire remarquable.

5. Le lac de Tameh à Sidi Ali Lbhar

Occupant une superficie de 10 hectares, ce lac est le refuge de 54 espèces végétales, 17 espèces d'oiseaux terrestres, 11 espèces d'oiseaux aquatiques et plusieurs mammifères.

C- Les cascades

La région de Béjaïa, en Algérie, abrite la plus grande chute d'eau du pays : la cascade de Kefrida. Son nom provient du latin "Aquae Frigida", signifiant "eau fraîche". Située dans la commune de Taskriout, à 50 km du chef-lieu de la région, la cascade se trouve au pied du col de Kefrida (787 m) au cœur d'une forêt dominée par des chênes zéens et des caroubiers. Son cours d'eau, doux et inépuisable, prend naissance sur les hauteurs de Tala Kefrida et chute de 40 mètres de hauteur dans un bassin peu profond, d'une capacité de 10 m³.

D- Les sources thermales

À Béjaïa, trois sources thermales se distinguent : le Hammam de Sidi Yahia El-Aïdli, le Hammam Silal et le Hammam Kiria. Leurs eaux sont réputées pour leurs vertus thérapeutiques notables. Toutefois, malgré leur importance, ces sources restent exploitées de façon traditionnelle et disposent de peu d'équipements pour accueillir les curistes.

Tableau N°03 : Tableau représentant les sources thermales de la wilaya de Bejaia

| Designation de La source | Commune | Débit | Températures | Caractéristiques Thérapeutiques |
|--------------------------|----------|-----------|--------------|---|
| Sidi Yahia L'Aidli | Bouhamza | 2 L/S | 35° à 45° | -Rhumatisme - Maladies respiratoires -Affections neurologiques |
| Sillal | Tifra | 6 à 8 L/S | 40° à 45° | - Maladies respiratoires. |
| Kiria | Adekar | 1,6 L/S | 42° | -Maladies inflammatoires desveines - Inflammation chronique des voies urinaires, foie et intestins |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

E- Le climat

Le climat joue un rôle crucial dans l'occupation du sol, permettant de déterminer les zones propices à l'agriculture, au tourisme et aux activités industrielles. La wilaya de Béjaïa bénéficie d'un climat méditerranéen, marqué par des hivers doux et pluvieux et des étés chauds et ensoleillés, avec une température moyenne annuelle variant entre 13 °C et 23 °C. L'ensoleillement important est un atout majeur pour le tourisme balnéaire, favorisant le développement de cette activité le long du littoral. Cette

zone côtière, influencée par la mer, jouit d'un climat doux et reçoit en moyenne entre 800 et 1100 mm de précipitations par an. Bien que la neige couvre les montagnes en hiver, cette saison reste particulièrement clémente.

F- Les montagnes

La région de Bejaïa est majoritairement dominée par des montagnes, occupant les trois quarts de son territoire. Elle se compose de deux massifs principaux, séparés d'est en ouest par la vallée de la Soummam, et bordés à l'est par une plaine côtière. Au nord, se trouvent les massifs du Bouhatem et du Djurdjura, et au sud, les massifs des Babors (oriental et occidental) et des Bibans.

Ces montagnes, avec leurs divers aspects topographiques tels que cols, gorges, pics, collines et plateaux, offrent une grande diversité de paysages ainsi qu'une riche faune et flore. Loin d'être explorées et en marge de toute activité touristique, ces montagnes atteignent des sommets avoisinant les 2000 mètres. Parmi les sites remarquables, on peut citer les gorges du Chabet-El-Akhra (ravin du bout du monde), le col de Chellata, la montagne d'Aghbalou, et le plateau d'Imedra.

D'autres lieux et curiosités à explorer incluent la montagne de Barbacha, la montagne d'Ibarissen, les montagnes des Béni-Hassein et Béni Youcef (vallée de l'Oued Agrioune), le col Amsiouane (Timezrit), et la montagne de Takintoucht (Béni Mellikeche). En plus de cela, la région dispose d'un patrimoine pour les sports de montagne et la spéléologie, avec des mâts d'escalade, des grottes (notamment celles de Gueldamane à Akbou et de Tizi à Ighzar Amokrane), ainsi que des gouffres et des avens.

G- La faune et la flore

La wilaya de Bejaïa est caractérisée par une richesse faunistique et floristique très importante. Le parc national de Gouraya, par exemple, abrite 1709 espèces, dont 533 de plantes et 1156 animales, parmi lesquelles 67 sont protégées. La zone marine de cette wilaya est également une source précieuse de biodiversité, avec une grande variété de flore et de faune marines.

En outre, Bejaïa est renommée pour ses figuiers, oliviers, chênes, peupliers, et bien d'autres arbres qui font partie intégrante de son paysage naturel et contribuent à la diversité de ses écosystèmes⁵⁴.

H- Les parcs naturels

La région de Béjaïa compte un seul parc naturel, le parc national de Gouraya. Toutefois, son territoire à l'extrême est fait partie du parc national de Taza (situé à Jijel). De plus, le massif d'Akfadou mériterait d'être reclassé en parc national en raison de sa richesse faunistique et floristique, abritant notamment des chênes caducifoliés comme le chêne zen et le chêne afars, une espèce endémique à l'Algérie.

⁵⁴ Selon la direction des services agricoles

Le parc national de Gouraya, bien que le plus petit parc national en Algérie avec ses 2 020 hectares, est extrêmement varié et riche. Il présente une grande diversité d'espèces animales et végétales, et abrite des sites naturels exceptionnels comme le Cap Carbon, un promontoire rocheux de 220 mètres d'altitude avec une arche à sa base, surmonté par l'un des plus grands phares naturels au monde. En plus de cela, ce parc inclut des monuments historiques et est unique en étant mi-terrestre, mi-marin, englobant une partie de la ville de Béjaïa. Cette proximité permet de passer en quelques minutes d'un environnement urbain à un espace complètement sauvage.

2- Aperçu touristique

2-1 Les flux touristiques sur la wilaya de Bejaia

Le flux touristique sur la wilaya de Bejaïa désigne le mouvement et la fréquentation des touristes dans la région de Bejaïa. Il englobe les données statistiques relatives au nombre de visiteurs, qu'ils soient algériens ou étrangers, qui séjournent dans la wilaya pour des périodes plus ou moins longues, ainsi que les nuitées enregistrées dans les établissements d'hébergement touristique tels que les hôtels, les auberges, les résidences de vacances, etc.

Ce flux touristique peut être influencé par divers facteurs tels que la saisonnalité, les événements culturels et sportifs, les infrastructures touristiques, la qualité des services offerts, etc. L'analyse du flux touristique permet de comprendre les tendances et les évolutions du tourisme dans la région, et d'élaborer des stratégies pour développer et promouvoir le tourisme dans la wilaya de Bejaïa

Tableau N°04 : Les statistiques des arrivés à Bejaia

| année | Arrivée nationaux | Nuitée nationaux | Arrivée étrangers | Nuitée étrangers | Emploi | |
|-------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|------------|-------------|
| | | | | | permanents | Saisonniers |
| 2015 | 210 570 | 296 318 | 7 760 | 21 702 | 738 | 126 |
| 2016 | 211 986 | 324 471 | 11 580 | 28 564 | 1033 | 228 |
| 2017 | 196251 | 276058 | 15012 | 37199 | 968 | 196 |
| 2018 | 202639 | 284339 | 13908 | 28365 | 938 | 146 |
| 2019 | 184355 | 257293 | 11665 | 25015 | 1080 | 129 |
| 2020 | 8438 | 123587 | 1967 | 4239 | 802 | 130 |
| 2021 | 142122 | 222313 | 951 | 2686 | 912 | 125 |

| | | | | | | |
|------|--------|--------|------|-------|------|-----|
| 2022 | 182754 | 277305 | 7480 | 14372 | 1128 | 175 |
| 2023 | 196449 | 285979 | 8886 | 21939 | 1100 | 133 |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

2-2 Les capacités touristiques de Bejaia

1-Agences de tourisme et de voyages à Bejaia 2023

Les agences d'excursions et de voyages de la province de Bejaia offrent une variété de services pour aider les visiteurs à explorer la région. Les principales agences comprennent l'Office de Tourisme de Béjaia, l'Office de Tourisme de Montagne, l'Office de Tourisme de Thalasso, l'Office de la Culture et du Tourisme, l'Office de Tourisme de Nature, et l'Office de Tourisme de Luxe. Ces agences offrent des services de réservation de voyages, de location de voitures, d'excursions et d'hébergement dans des hôtels et résidences de la province. Ils sont spécialisés dans l'organisation de circuits et d'hébergements dans les zones montagneuses, les sites archéologiques, les forêts et les parcs nationaux, ainsi que les spas et les sites culturels.

Tableau N°05 : L'évolution de la création des agences dans la wilaya Bejaia

| Années | 1992 à 2005 | 2006 à 2012 | 2013 à 2018 | 2019 à 2024 |
|--------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Nombre | 6 | 5 | 26 | 56 |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

D'après le tableau N°05, en a vu de 1992 à 2005, Bejaia comptait 6 agences de tourisme. Ce nombre légèrement diminué à 5 entre 2006 et 2012, probablement en raison de facteurs économique ou concurrentiels. Cependant, de 2013 à 2018, le secteur du tourisme a connu une forte croissance, passant à 26 agences, ce qui indique une amélioration de l'attractivité touristique de la région et une augmentation de la demande de services touristiques. Cette tendance s'est poursuivie et accélérée de 2019 à 2024, avec 56 agences en activité, démontrant un bon significatif du secteur touristique à Bejaia

2- La capacité hotaliere a Bejaia

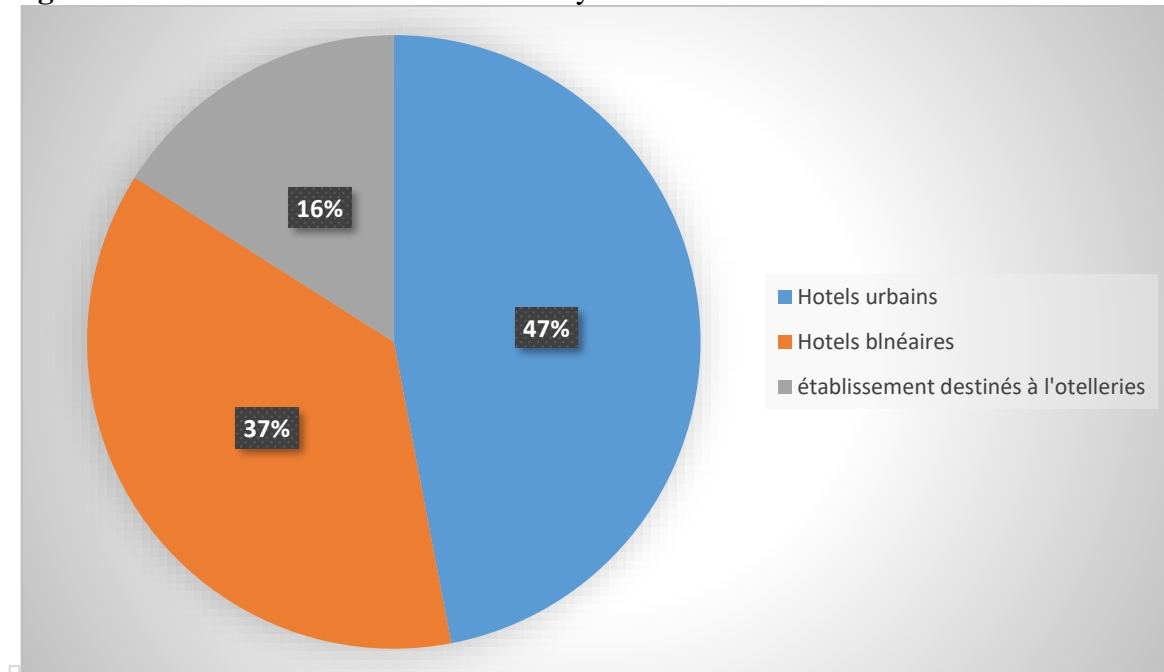
La province de Bejaia dispose d'une gamme diversifiée de services hôteliers, notamment des hôtels de ville, des hôtels en bord de mer et d'autres établissements d'accueil. Les hôtels urbains sont situés dans et autour de la ville de Bejaia. Ils offrent un hébergement confortable aux touristes avec des chambres bien aménagées et des services tels que le petit-déjeuner, le Wi-Fi et parfois des piscines. Les hôtels populaires en ville incluent Sophotel, Residence Kassa, Hôtel Les Hamadites et Hôtel Royal.

Les hôtels balnéaires sont implantés sur le littoral de la wilaya, à proximité des plages. Ils offrent un cadre idéal pour des séjours détente, avec souvent une piscine et un accès direct à la mer. La

Résidence Kassa fait partie de ces établissements balnéaires. Enfin, les hôtels proposent également d'autres types d'hébergement comme des hôtels, des résidences et des chambres d'hôtes. Ils peuvent accueillir différentes catégories de touristes avec des budgets différents.

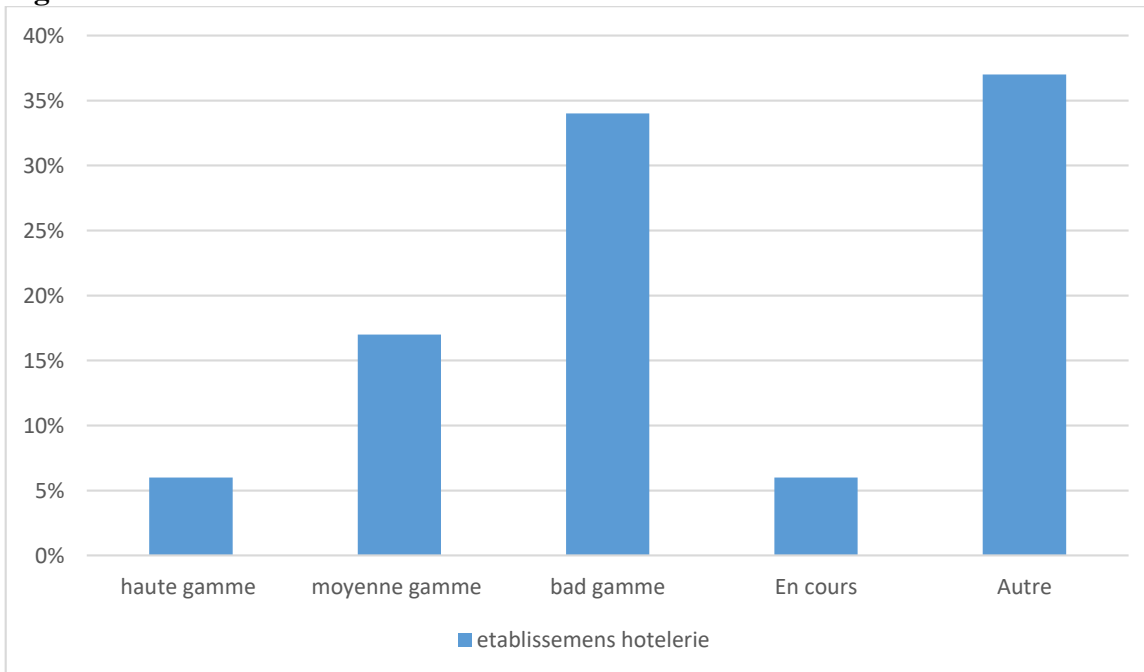
En conclusion, Bejaïa dispose d'un potentiel touristique immense grâce à ses paysages variés et ses richesses naturelles. Cette diversité est un atout majeur pour attirer des visiteurs et développer une offre touristique diversifiée et durable.

Figure N° 03 : Nombre d'hôtel dans la wilaya



Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

D'après la figure N°03, à Bejaia 47 % (30 hôtel) sont urbains, offrant un accès facile à l'attraction locales. Les hôtels balnéaires constituent 37 % (24 hôtel) du total, attirant les visiteurs vers les plages et l'activité nautique. Les 16 % (10 hôtel) restant sont des établissements d'hôtellerie générale, adaptés à divers types de séjour. Cette diversité montre une offre hôtelière capable de satisfaire différents types de touristes.

Figure N°04 : Présentations des établissements hôtelleries

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

Tout d'abord on a détaché les informations obtenus sur établissements hôtelleries par les directions du tourisme de Bejaia sous forme d'une figure, cela on a divisée les catégories des établissements selon la qualité (gamme).

En remarque « l'autre » est la plus dominant avec un pourcentage 37% et on deuxième position est la Bad gamme avec 34% (les hôtels de sans étoile jusqu'à une étoile) et troisième position on a la moyenne gamme (de 2 étoile a 3 Etoiles) et en dernière position en cours avec 6%, haute gamme un pourcentage de 6%

En conclu le manque de établissements de haute gamme dans la willaya de Bejaia, d'autre par les hôtels qui on les services limites sont les plus identifie de là il faudra s'adapter et développer la construction de la haute gamme pour faire une disposition efficace vers le client et adapte une efficacité de service et un tourisme vaste

Section 02 : Méthodologie de l'enquête de terrain

Dans le cadre notre travail, nous avons réalisé une enquête sur l'entrepreneuriat touristique au niveau de la wilaya de Bejaia. L'enquête de terrain est réalisée sur la base de deux questionnaires, le premier est distribué pour les acteurs touristiques « hôtels, agences touristiques, associations

touristiques » comme l'indique l'annexe n°1 et le deuxième est destiné pour les touristes et les visiteurs de la wilaya de Bejaia, tel indiqué dans l'annexe n°2.

2-1- Objectifs de l'enquête

A travers cette étude, nous avons essayé de comprendre les facteurs clés qui influencent l'offre et la demande de service du tourisme dans la wilaya de Bejaia. Dans un premier temps nous avons tenté de soulever les faiblesses et les atouts de l'offre des services de tourisme (entrepreneurs, agences de tourisms, associations touristiques). Et en deuxième lieu, nous avons essayé de connaitre l'appréciation des individus en termes de demande, du tourisme à Bejaia.

2.1.1 Structure du questionnaire

Pour mener à bien notre enquête, nous avons réalisé deux questionnaires. Le premier est conçu pour les entreprises touristiques (hôtels, agences touristiques, associations touristiques) et comprend des informations générales sur les entreprises de l'échantillon, incluant le profil de la clientèle et les services proposés, ainsi que l'expérience des clients. Il expose également les principaux défis auxquels les entreprises touristiques font face, ainsi que les opportunités économiques et environnementales, ainsi que les perspectives. Enfin, il fournit des informations supplémentaires sur les commentaires et les stratégies pour attirer les visiteurs.

Le deuxième questionnaire à destination des touristes regroupe des renseignements sur les clients potentiels et leurs expériences dans le domaine du tourisme de Bejaia, ainsi que les commentaires des visiteurs sur les lieux et les sites de notre région.

Les questions choisies jouent un rôle essentiel dans toute interaction, car elles assurent une transparence évidente, favorisant ainsi une compréhension immédiate. En utilisant un langage simple et accessible, elles permettent également d'engendrer des réponses promptes, évitant toute confusion ou ambiguïté. De plus, lorsque ces interrogations sont habilement formulées de manière ouverte, elles encouragent les participants à fournir des réponses détaillées et approfondies, enrichissant ainsi la conversation et permettant d'explorer des idées en profondeur.

2-2- Méthode d'échantillonnage

Notre étude a visé, comme nous l'avons déjà mentionné, les prestataires de services touristiques en utilisant 30 questionnaires, avec 26 réponses et 4 questionnaires non récupérables. Et 40 réponses ont été collectées pour le questionnaire en ligne « Google Forme » destiné aux touristes qui ont déjà visité Bejaia.

2-3 Le déroulement de l'enquête

L'enquête s'est déroulée pendant le mois d'Avril jusqu'au mois Mai. Pour collecter le maximum des données nous avons opté pour deux méthodes. Dans un premier temps, nous sommes déplacés directement aux-sièges des entreprises pour rencontrer les dirigeants, les propriétaires et les employés.

Cette approche nous a permis d'obtenir des informations précises et fiables en établissant un contact direct avec les principaux acteurs des entreprises

Nous avons également interrogé de nombreux touristes et visiteurs par Google forme, et nous avons pu réunir des informations sur leurs appréciations du tourisme à Bejaia.

2-4 Traitement des résultats

Pour traiter les réponses obtenues et nous permettre de les analyser, nous avons utilisé le logiciel Excel et Word.

Par ailleurs, nous estimons que la méthodologie adoptée pour cette enquête fournit une base solide pour analyser les dynamiques du secteur touristique à Bejaïa. Les résultats obtenus permettront de formuler des recommandations précises pour améliorer l'offre touristique de la région.

Section 03 : Traitement et analyse des résultats de l'enquête

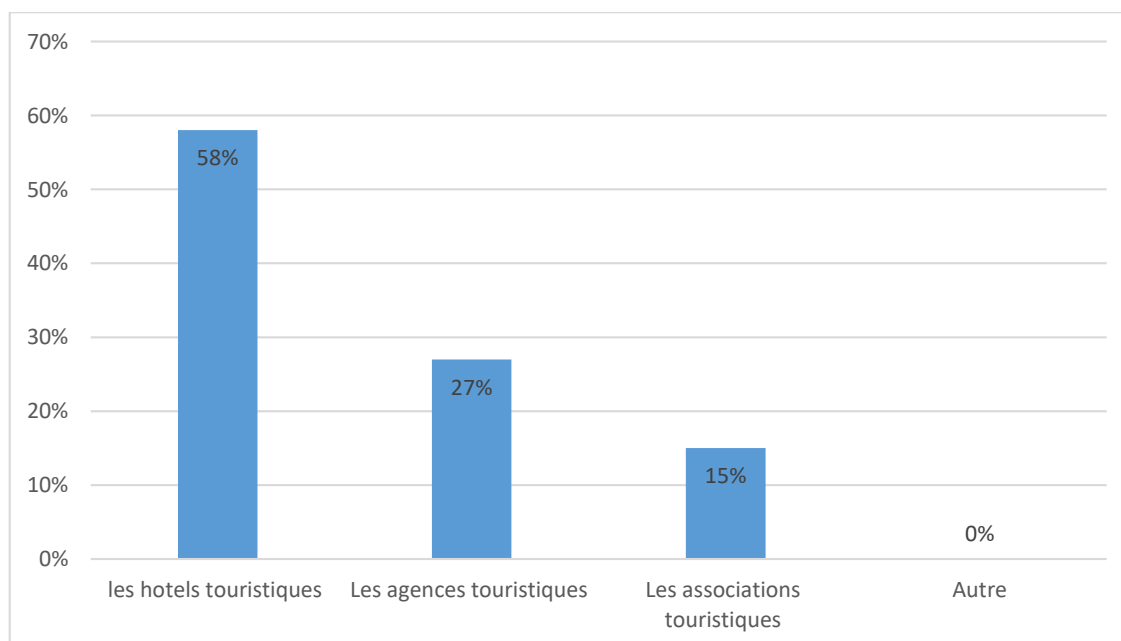
Cette section se concentre sur l'analyse des résultats obtenus à partir de l'enquête de terrain. Elle examine l'offre de services touristiques, le profil de la clientèle, les défis rencontrés et les opportunités de développement. L'objectif est d'identifier les forces et les faiblesses du secteur touristique à Bejaïa.

3.1 Analyse des données des entreprises touristiques (hôtels, associations touristiques, agences touristiques)

1 Informations générales sur l'entreprise touristique

1-1 Type de l'entreprise (hôtel touristique, agence touristique, association touristique)

Figure N° 05 : La distribution des enquêtes selon la forme de l'entreprise.



Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

L'échantillon que nous avons décrit semble représenter un secteur diversifié dans l'industrie du tourisme. Avec 58%, (15) entreprises étant des hôtels, cela indique une forte présence de l'hébergement dans notre échantillon. Les 27%, (07) agences touristiques ajoutent une dimension supplémentaire, suggérant un marché où les services de planification et de réservation de voyages sont également importants, mais les associations sont représentées seulement avec un pourcentage de 15%, (04) avec une insuffisance de mouvement associative de ce secteur à Bejaia.

1-2 Emplacement de l'entreprise

Tableau N° 06 : L'emplacement des entreprises touristiques.

| | Nombre | Pourcentage |
|-------------------------------------|--------|-------------|
| Centre-ville | 13 | 50% |
| Bord de mer | 09 | 35% |
| Zone rurale/ montagneuse | 04 | 15% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après le tableau N°06, l'emplacement des entreprises à Bejaia montre une distribution variée. La majorité, soit 50%, (13) entreprises se trouvent au centre-ville, indiquant que c'est un endroit important pour l'activité commerciale. Taux de 35% (09) d'entreprises au bord de mer suggèrent que cette zone est également attrayante pour les entreprises touristiques en raison de ses vues et de son accès à la plage. Les 15% (04) entreprises situés en zone rurale peuvent offrir des expériences plus calmes et authentiques aux visiteurs. Globalement, cette répartition reflète la diversité des paysages et des opportunités d'affaires à Bejaia.

1-3 L'année de fondation de l'entreprise

Tableau N°07 : Les années de fondation des entreprises touristiques

| L'âge | Nombre | Pourcentage |
|----------------|--------|-------------|
| Moins de 5 ans | 11 | 42% |
| 5-10 ans | 07 | 27% |
| Plus de 10 ans | 08 | 31% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Selon les données du tableau N°07, nous constatons que la majorité des entreprises touristiques sont plutôt récentes, avec 42% (11) entreprises ayant moins de 5 ans. Cela montre qu'il y a beaucoup de d'entrepreneurs qui ont investi dans le domaine ce qui pourrait apporter de nouvelles idées et de l'innovation. Ensuite, 27% (07) entreprise entre 5 et 10 ans, ce qui signifie qu'elles sont plus établies mais encore relativement jeunes. Enfin, 31% (08) entreprise plus de 10 ans, ce qui montre une certaine stabilité et expérience dans le marché. Globalement, cette répartition montre un mélange intéressant d'entreprises novatrices et établies dans l'industrie touristique de la région de Bejaia.

2-Le profil de la clientèle

2-1 Proportion de clients nationaux par apport aux clients internationaux

Tableau N°08 : La proportion de clients nationaux par apport clients internationaux.

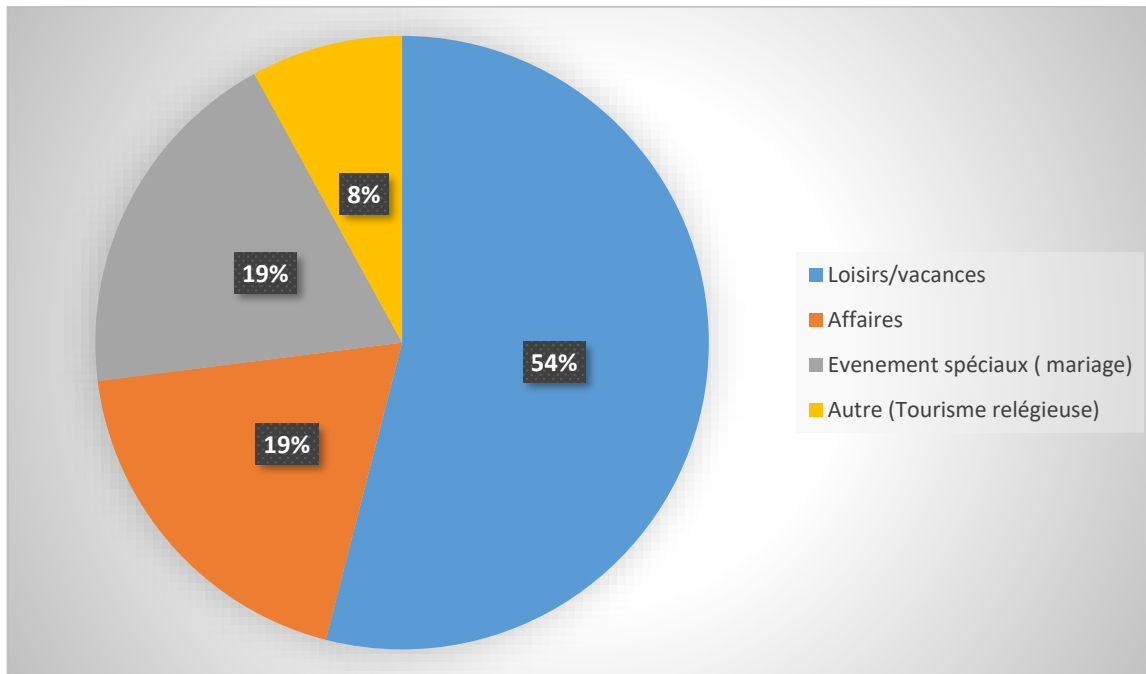
| | Nombre | Pourcentage |
|---|--------|-------------|
| Principalement nationaux | 15 | 58% |
| Principalement internationaux | 06 | 23% |
| Equilibre entre nationaux et internationaux | 05 | 19% |
| Principaux pays d'origine des clients internationaux | 00 | 00% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024.

Selon le tableau N°08, dans cet échantillon de 26 entreprises touristiques, les chiffres révèlent une répartition variée entre les clients nationaux et internationaux. La majorité des entreprises, soit 58% (15) entreprises, se concentrent principalement sur les clients nationaux, montrant ainsi une forte préférence pour le marché local, 23% (06) entreprises se tournent vers les clients internationaux, ce qui suggère une ouverture au marché mondial. Avec 19% de (05) des entreprises cherchant un équilibre entre les deux types de clientèle, cela montre une diversité dans les stratégies commerciales adoptées. Bien que les principaux pays d'origine des clients ne soient pas spécifiés, ces données reflètent les différentes approches des entreprises pour répondre aux besoins de leur clientèle.

2-2 Principaux motifs de voyage des clients

Figure N°06 : Les motifs principaux de voyage des clients



Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

A partir de la figure N°06, les chiffres révèlent que les voyages de loisirs et de vacances sont le motif principal, représentant 54% (14) d'entreprises. Cela montre que la région est très appréciée des touristes en quête de détente et de divertissement, les voyages d'affaires et les événements spéciaux sont également importants avec un taux de 19% de (10) entreprises, indiquant une variété dans les motivations de voyage. Bien que moins fréquent, le tourisme religieux est également présent à 8% (02) entreprises. Ces données montrent que la région attire une gamme diversifiée de visiteurs, offrant quelque chose pour tout le monde, que ce soit pour les loisirs, le travail, les célébrations spéciales ou les voyages spirituels.

3- Les services et les offres

3-1 Les types de services proposés aux clients

Tableau N°09 : Types de services proposés aux clients

| | Nombre | Pourcentage |
|---|--------|-------------|
| Hébergement | 10 | 38% |
| Restauration | 08 | 32% |
| Activités touristiques (excursion, etc.) | 04 | 15% |
| Transport | 04 | 15% |

| | | |
|--------------|----|------|
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

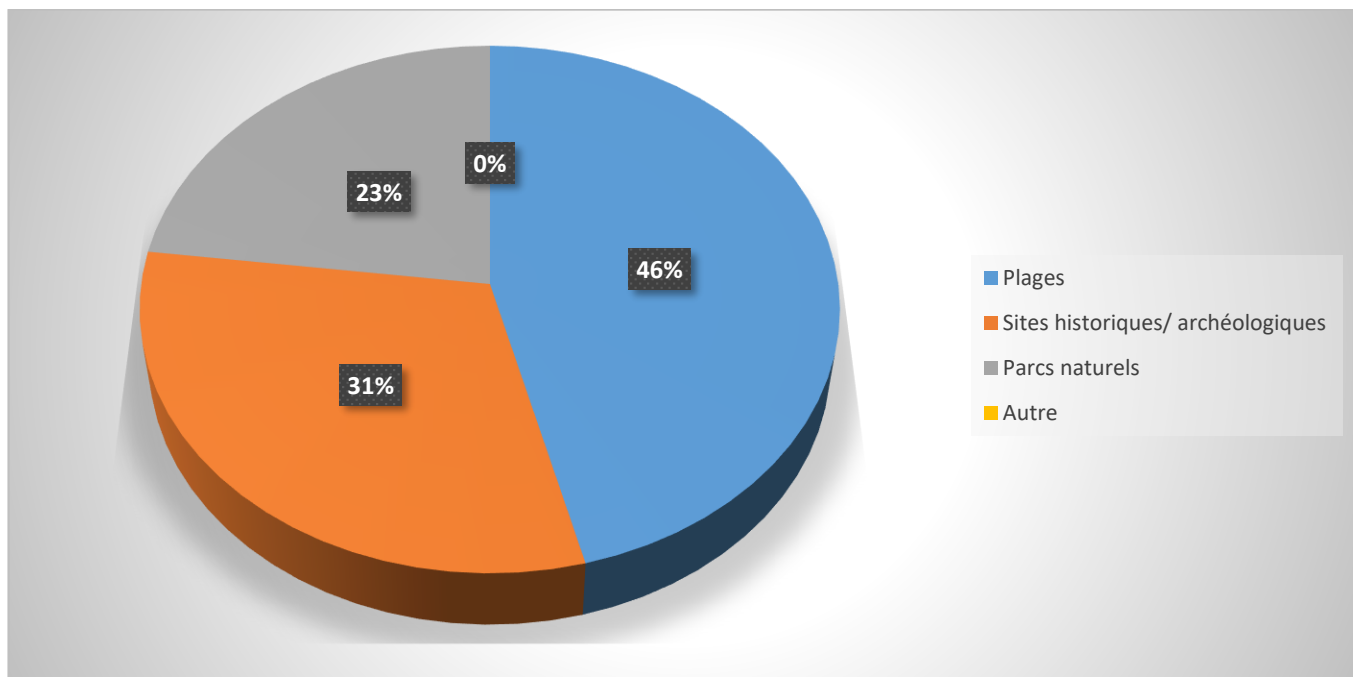
Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Le tableau N°09, représente les principaux motifs de voyage des clients pour les (26) entreprises touristiques de la Wilaya de Bejaia. La majorité, soit 38% (10) entreprises, sont axées sur l'hébergement, indiquant que beaucoup de visiteurs cherchent des logements et des chambres confortables pendant leur séjour, et 32% (08) des entreprises se concentrent sur les loisirs et les vacances, montrant que de nombreux clients recherchent des expériences de divertissement.

Les activités touristiques, comme les excursions, sont également populaires, représentant 15% (04) des entreprises, 15% (04) des entreprises offrent des services de transport, reflétant la diversité des motivations des visiteurs, allant des voyages de loisirs à l'exploration culturelle et spirituelle. Ces données soulignent l'importance pour les entreprises de répondre à une variété de besoins et d'intérêts des voyageurs pour garantir une expérience satisfaisante.

3-2 Principaux sites touristiques ou attractions recommandés par les entreprises touristiques

Figure N° 07 : Les types de services proposés aux clients



Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Selon la figure N°07, nous constatons que les données soulignent les principales attractions recommandées par les organismes touristiques. Les plages arrivent en tête avec 46% (12) entreprises, suivies des sites historiques/archéologiques à 31% (08) entreprises et des parcs naturels à 23% (06) entreprises. Cela montre la diversité des expériences offertes aux visiteurs, allant des loisirs balnéaires à l'exploration culturelle et à l'immersion dans la nature.

3-3 Gestion des saisons touristiques

A- Gestion des fluctuations saisonnières de la demande : Pratiques des entrepreneurs touristiques à Bejaia

Les investisseurs touristiques font face aux fluctuations saisonnières de la demande en adoptant plusieurs stratégies. Ils diversifient leurs offres pour attirer les visiteurs tout au long de l'année. Par exemple, pendant l'été où l'affluence est plus forte, ils mettent l'accent sur les activités de plage et les sports nautiques. En revanche, pendant les saisons plus calmes, ils proposent des visites culturelles, des randonnées en montagne et des événements locaux pour attirer les touristes intéressés par d'autres expériences. Certains entrepreneurs offrent des promotions spéciales et ajustent leurs prix pour stimuler la demande pendant les périodes creuses. En utilisant ces approches créatives, les entrepreneurs touristiques à Bejaia parviennent à gérer efficacement les fluctuations saisonnières de la demande tout en maintenant la viabilité de leurs entreprises.

B- Les stratégies les plus investies pour attirer les touristes pendant les saisons creuses

Pour attirer les touristes pendant les saisons creuses, les entreprises touristiques investissent souvent dans des stratégies de marketing créatives et ciblées. Certaines optent pour des campagnes promotionnelles mettant en avant des offres spéciales et des réductions attrayantes pour inciter les voyageurs à choisir leur destination même en dehors des périodes de pointe. D'autres misent sur le développement de produits touristiques innovants et sur la diversification de leur offre pour attirer des segments de marché moins traditionnels ou pour capitaliser sur des événements locaux ou des attractions spéciales.

Le renforcement de la présence en ligne à travers les médias sociaux, les blogs de voyage et les plateformes de réservation peut jouer un rôle important pour l'intérêt des touristes tout au long de l'année. En combinant ces stratégies, les entreprises touristiques peuvent optimiser leur attractivité et maintenir un flux constant de visiteurs même pendant les saisons creuses.

C- La collaboration avec d'autres entreprises ou prestataires de services touristiques

Tableau N°10 : Les collaborations avec d'autres entreprises ou prestataires de services touristiques

| | Nombre | Pourcentage |
|--------------|--------|-------------|
| Oui | 10 | 38% |
| Non | 16 | 62% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

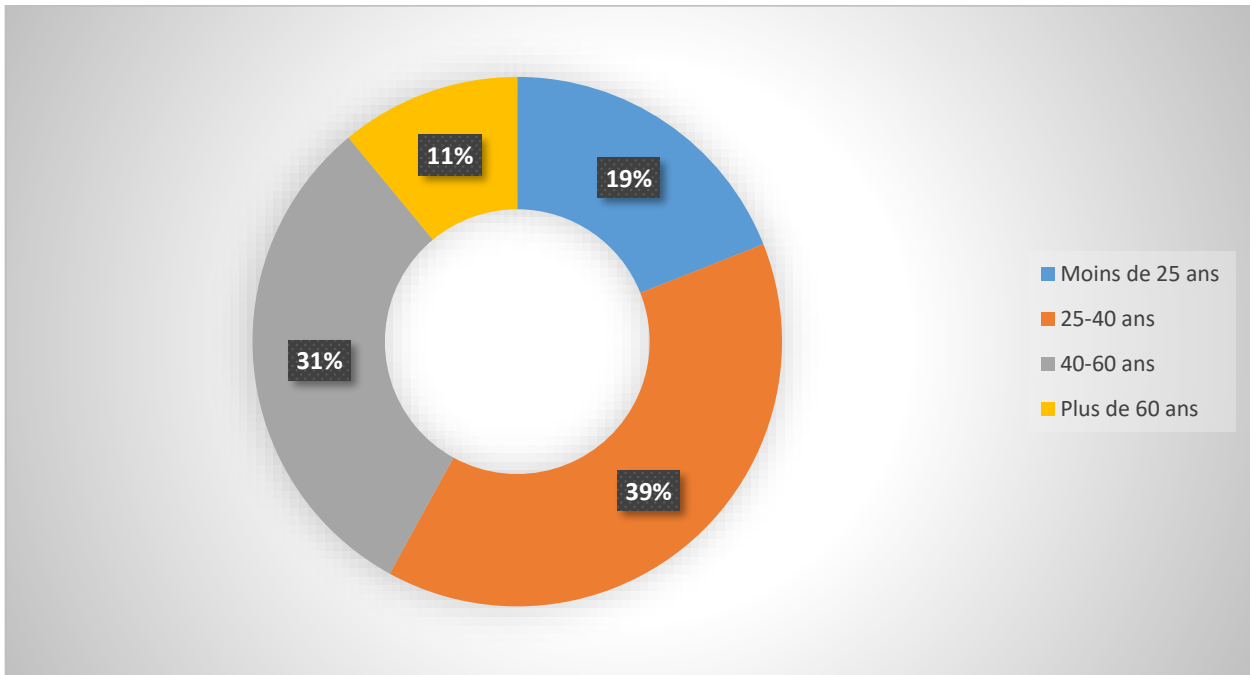
Selon le tableau N°10, on observe que 38% (10) des entreprises touristiques choisissent de collaborer avec d'autres acteurs du secteur, mettant en avant les opportunités offertes par cette collaboration en termes d'amélioration de l'offre touristique, tout en soulignant les défis qu'elle peut

représenter pour certaines entreprises. En revanche, 62% (16) des entreprises préfèrent ne pas le faire. Cette tendance peut s'expliquer par divers facteurs tels que la volonté de maintenir un contrôle total sur leurs opérations ou des préoccupations concernant la concurrence.

4- Expérience Client

4-1 L'âge moyen des clients :

Figure N°08 : Répartition selon l'Age de client



Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après la figure N°08, nous remarquons que ces statistiques sur l'âge moyen des clients qui fréquentent les entreprises touristiques offrent un aperçu intéressant de la diversité démographique de leur clientèle.

Avec 39% qui représentent 10 entreprises appartenant à la tranche d'âge de 25 à 40 ans des clients, il semble que cette catégorie constitue la plus grande part de la clientèle. Cela peut refléter les préférences et les tendances des jeunes adultes en matière de voyages et d'activités touristiques.

Les clients dont l'âge se situe entre 40 et 60 ans et plus de 60 ans, représentent ensemble une part de 42% englobe de (11) entreprises de leurs catégorie. Cette diversité d'âge explique que les entreprises touristiques doivent adapter leurs offres pour répondre aux besoins et aux intérêts variés des différentes générations. Et bien que les moins de 25 ans ne représentent que 19% de la clientèle, nous estimons qu'il est important de reconnaître leur présence et de proposer des produits et des services afin de garantir une expérience touristique inclusive pour tous les groupes d'âge.

4-2 Evaluation de l'exercice globale des clients

Tableau N°11 : Evaluation de la satisfaction globale des clients

| | Nombre | Pourcentage |
|------------------------|--------|-------------|
| Excellente | 05 | 19% |
| Bonne | 10 | 39% |
| Moyenne | 06 | 23% |
| Insatisfaisante | 05 | 19% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Les données du tableau N°11, représentent les informations sur la satisfaction générale des clients quant aux services des entreprises touristiques. Les résultats montrent que 39% d'un effectif de 10 entreprises évaluent que l'expérience des clients comme "bonne". Il semble que la majorité des clients aient eu une expérience positive dans l'ensemble. Cela peut indiquer une prestation de services de qualité et une réponse adéquate aux attentes des clients.

De plus, il est encourageant de voir que 19% soit de (05) entreprises évoluent que les clients ont jugé leur expérience comme "excellente", ce qui prouve le niveau élevé de satisfaction et peut potentiellement conduire à des recommandations positives et à des retours d'expérience favorables.

Il est à noter que 23% (06) institution touristique que leurs clients ont évalué leur expérience comme "moyenne", ce qui suggère qu'il y a encore des domaines à améliorer pour répondre pleinement aux attentes de la clientèle. De même, le fait que 19% (05) entreprises évoluant les clients aient jugé leur expérience comme "insatisfaisante" souligne la nécessité pour les entreprises touristiques de s'efforcer continuellement d'améliorer leurs services et de résoudre les problèmes rencontrés par les clients.

Ces évaluations fournissent un aperçu équilibré de la satisfaction des clients et soulignent l'importance de maintenir des normes élevées de service client pour assurer le succès à long terme des entreprises touristiques.

4-3 Les aspects les plus appréciés par les clients

Tableau N°12 : Aspects les plus appréciés par les clients

| | Nombre | Pourcentage |
|----------------------------------|--------|-------------|
| Qualités des services | 13 | 50% |
| Confort des installations | 08 | 31% |
| Amabilité du personnel | 05 | 19% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Les données du tableau N°12, montrent que la qualité de service est le principal aspect apprécié par les clients, avec un taux élevé de 50% (13) entreprise. Cela met en évidence l'importance pour les entreprises touristiques de fournir un service de haute qualité pour répondre aux attentes et garantir la satisfaction des clients. Le confort des installations, est aussi un autre élément apprécié avec un taux de 31% à concret de (08) entreprises

L'amabilité du personnel est un autre élément apprécié dans 19% soit (05) entreprises de cas, et qui contribue à une expérience globale positive.

Ces statistiques soulignent l'importance pour les entreprises touristiques de maintenir des normes élevées dans ces domaines clés pour assurer la fidélité et la satisfaction de la clientèle.

4-4 Aspects à améliorer pour une meilleure expérience

Tableau N°13 : La répartition Aspects à améliorer pour une meilleure expérience

| | Nombre | Pourcentage |
|---|--------|-------------|
| Formation du personnel | 06 | 23% |
| Amélioration des infrastructures | 11 | 42% |
| Diversification des offres | 09 | 35% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

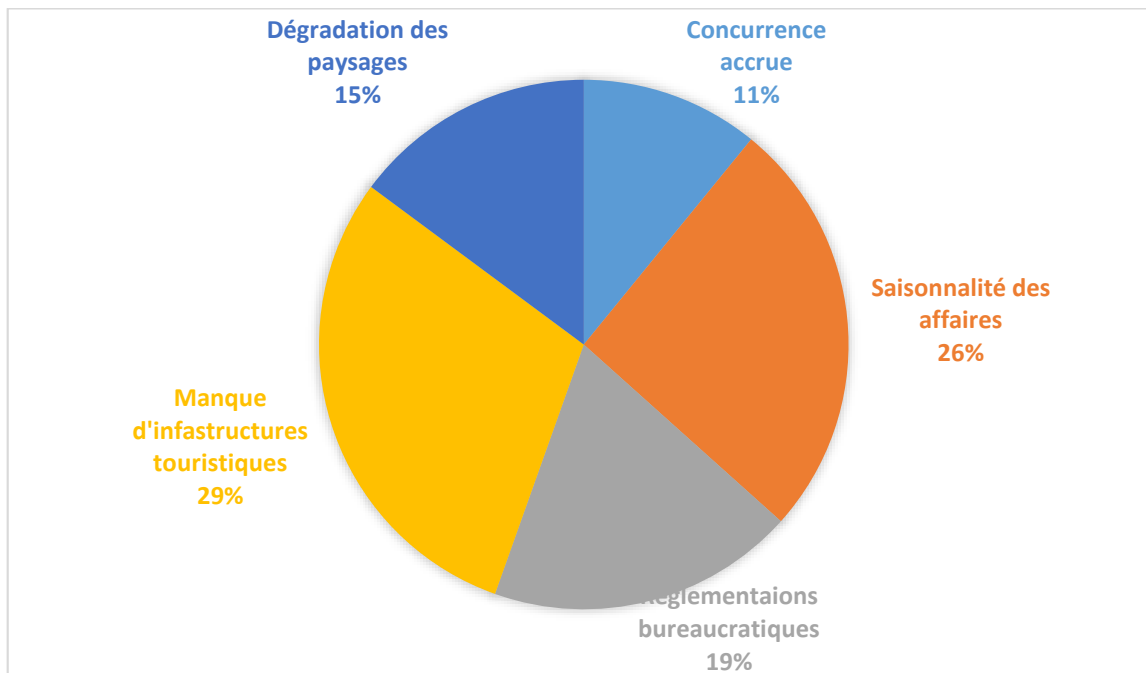
Selon les données du tableau N°13, les clients ont identifié plusieurs domaines clés afin de garantir une expérience touristique plus satisfaisante. En tête de liste, l'amélioration des infrastructures avec un taux significatif de 42% (11) entreprises. En effet, il est important pour les entreprises touristiques d'investir dans l'acquisition de nouveaux équipements afin de répondre aux attentes croissantes des clients en matière de confort. De plus, la diversification des offres, notée par 35% soit de (09) entreprises de cas, est également un aspect crucial pour répondre à une demande de plus en plus variée et pour offrir des expériences uniques et attrayantes aux visiteurs.

Enfin la formation du personnel, évaluée à 23%, de nombre (06) entreprises reste un aspect essentiel pour garantir un service client de haute qualité et une interaction positive avec les clients. En concentrant leurs efforts sur ces aspects, les entreprises touristiques peuvent renforcer leur compétitivité et offrir des expériences inoubliables qui fidélisent leur clientèle.

5- Défis et Opportunités

5-1 Les principaux défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique

Figure N°09 : la répartition des défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique



Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après les données de la figure N°09, nous constatons que parmi les défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique, la saisonnalité des affaires, notée par 26% soit de (07) entreprises rencontrées semble poser un défi significatif, mettant en lumière les changements de la demande tout au long de l'année.

Le manque d'infrastructures touristiques, représenté (07) entreprises par un taux de 29%, évoque un obstacle majeur à la croissance et de touristes.

Les réglementations jugées bureaucratique, constaté de (05) entreprises avec un taux de 19%, peuvent également gêner le développement de l'activité touristique.

La concurrence est mentionnée par (03) entreprises soit un taux de 11%, reste un facteur important à considérer dans un marché touristique compétitif. De son côté, la dégradation des paysages, évaluée à 15% d'un effectif de (04) institutions touristiques souligne également l'importance de la préservation de l'environnement dans le développement touristique. En levant ces défis, les destinations

touristiques peuvent espérer et offrir des expériences profitables à leurs visiteurs.

5-2 Les principales réussites dans les secteurs d'activités

Dans le domaine du tourisme, plusieurs succès se démarquent dans divers secteurs d'activité. Notamment, l'introduction de nouvelles technologies de réservation et de gestion des voyages a grandement simplifié le processus de planification pour les touristes et les entreprises du secteur. De plus, les initiatives de développement durable ont permis de réduire l'impact environnemental des activités touristiques, tout en préservant les ressources naturelles et culturelles pour les générations futures. Parallèlement, l'essor des plateformes en ligne a favorisé l'émergence de nouvelles formes de tourisme collaboratif, encourageant ainsi l'interaction directe entre les voyageurs et les habitants locaux. Ces avancées témoignent de l'importance croissante de l'innovation et de la durabilité dans la réussite des entreprises touristiques, contribuant ainsi à une expérience enrichissante pour les visiteurs tout en préservant les destinations pour les années à venir.

5-3 Opportunités pour développer ou améliorer l'entreprise touristique

Tableau N°14 : La répartition des opportunités pour développer ou améliorer l'entreprise touristique

| | Nombre | Pourcentage |
|--|--------|-------------|
| Expansion géographique | 12 | 46% |
| Diversification des offres | 08 | 31% |
| Collaboration avec d'autres acteurs du tourisme | 06 | 23% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après les données du tableau N°14, plusieurs possibilités pour faire évoluer et améliorer une entreprise touristique sont décrites. L'expansion géographique, représentée par un taux de 46% soit 12 entreprises pourrait ouvrir de nouvelles opportunités pour attirer les visiteurs et découvrir de nouveaux endroits.

La diversification des offres, autrement dit offrir une diversité d'activités et de services pour plaire à différents types de visiteurs et rendre 08 entreprises encore plus attrayante est représentée par

un taux de 31%.

La collaboration avec d'autres entreprises touristiques, évaluée à 23%, soit 06 entreprises permettra de créer des expériences encore plus exceptionnelles en travaillant ensemble avec d'autres acteurs du secteur, avec ces possibilités offrent de belles occasions de croissance et d'amélioration pour une entreprise touristique.

5-4 Les facteurs influençant la décision des touristes à visiter la wilaya de Bejaia

Tableau N°15 : La répartition des facteurs des décisions qui influençant sur les touristes à visiter la wilaya de Bejaia

| | Nombre | Pourcentage |
|---------------------------------------|--------|-------------|
| Paysage naturels | 14 | 54% |
| Patrimoine culturel/historique | 07 | 27% |
| Activités de loisirs | 05 | 19% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Les données du tableau N°15, représente les facteurs influençant la décision des touristes à visiter la wilaya de Bejaia. 14 entreprises choisies Les paysages naturels sont parmi les facteurs influençant la décision de visiter Bejaia dans 54% de cas. Ce constat met en évidence l'attrait des visiteurs par la beauté naturelle de la région, tels que ses plages, ses montagnes et ses paysages pittoresques.

Ensuite, le patrimoine culturel et historique, noté à 27% d'un effectif de 07 entreprises, il joue un rôle important dans l'attraction des touristes, mettant en avant l'intérêt pour l'histoire, l'architecture et les traditions locales. Enfin, avec un taux de 19% (05), les activités de loisirs offrent également un élément attractif pour les visiteurs, soulignant l'importance des possibilités de divertissement et de détente pendant leur séjour. En mettant en valeur ces points forts, la wilaya de Bejaia peut continuer à attirer un flux de touristes en offrant une expérience enrichissante et diversifiée.

5-5 Besoin en formation

- **Les besoins de programme de formation spécifiques pour les entrepreneurs touristiques**

Tabelau N° 16 : la répartition des besoins de programme de formation spécifiques pour les entrepreneurs touristiques

| | Nombre | Pourcentage |
|--------------|--------|-------------|
| Oui | 18 | 69% |
| Non | 08 | 31% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Selon le tableau N°16 , en remarque que la majorité a forte réponse affirmative de 69% soit 18 entreprises touristiques quant au besoin de programmes de formation spécifiques pour les entrepreneurs touristiques témoignent d'une reconnaissance croissante de l'importance de l'apprentissage continu dans ce secteur.

Cette volonté de se former reflète la prise de conscience de l'évolution rapide des tendances et des exigences du marché touristique. Pour répondre à ce besoin, plusieurs sujets clés devraient être abordés dans ces programmes. Tout d'abord, la gestion des destinations touristiques pourrait être cruciale pour aider les entrepreneurs à comprendre et à maximiser le potentiel de leur région. Ensuite, la planification stratégique du tourisme, le marketing numérique et la gestion des expériences client peuvent être des domaines essentiels pour renforcer la compétitivité et la rentabilité des entreprises, et La proportion de 31%, d'un effectives de 08 des entrepreneurs touristiques répondant par non quant au besoin de programmes de formation spécifiques soulève des questions intéressantes sur les raisons sous-jacentes de ce refus. Ces répondants pourraient percevoir les programmes de formation comme étant inadaptés à leurs besoins spécifiques ou comme une dépense superflue par rapport aux bénéfices potentiels, aussi est possible qu'ils considèrent déjà posséder les compétences nécessaires pour réussir dans le secteur touristique, ou qu'ils sous-estiment l'importance de l'apprentissage continu dans un environnement en évolution constante.

5-6 L'utilisation de la technologie

Les entreprises touristiques à Bejaia exploitent de plus en plus la technologie pour promouvoir leurs services et interagir avec leurs clients. Les sites web et les plateformes de médias sociaux sont devenus des outils incontournables pour présenter leurs offres, partager des informations sur les attractions locales, et répondre aux questions des voyageurs. De plus, les applications mobiles permettent aux visiteurs d'accéder facilement à des informations utiles telles que les horaires des attractions, les itinéraires recommandés et les offres spéciales. Les entreprises utilisent également la technologie pour personnaliser l'expérience client, en offrant des options de réservation en ligne, des recommandations personnalisées et un service clientèle amélioré. Les systèmes de gestion de la relation client (CRM) sont également utilisés pour suivre les préférences des clients et leur offrir des services adaptés à leurs besoins. En adoptant ces stratégies technologiques innovantes, les entreprises touristiques à Bejaia améliorent non seulement leur visibilité et leur accessibilité, mais aussi leur capacité à offrir des expériences touristiques exceptionnelles et mémorables.

6 Impact Economique et Environnement et perspective

6-1 Initiatives prises pour minimiser l'impact environnemental de l'activité touristique

Tableau N°17 : La répartition des initiatives de l'impact environnemental sur l'activité touristique

| | Nombre | Pourcentage |
|--|-----------|-------------|
| Utilisation de sources d'énergie renouvelable | 05 | 19% |
| Politique de réduction des déchets | 10 | 39% |
| Sensibilisation des clients à la protection de l'environnement | 11 | 42% |
| Autre | 00 | 00% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

En remarque dans le tableau N°17, les initiatives visant à réduire l'impact environnemental de l'activité touristique sont essentielles pour préserver les ressources naturelles et la durabilité. Parmi ces efforts, la sensibilisation des clients à la protection de l'environnement choisi par 11 institutions touristiques et avec un taux important de 42%. Cela l'importance de sensibiliser les visiteurs sur les pratiques respectueuses de l'environnement pendant leur séjour, ce qui peut contribuer à encourager des comportements plus responsables et à minimiser les impacts négatifs sur les écosystèmes locaux. Ensuite, la politique de réduction des déchets, notée à 39%, soit (10) entreprises représente un autre aspect crucial pour atténuer l'empreinte écologique de l'activité touristique. Cela implique la mise en œuvre de mesures telles que le recyclage, la réduction de l'utilisation de plastique et la gestion responsable des déchets pour protéger la propreté des sites touristiques et réduire la pollution. Enfin, en même temps (05) entreprises présentent un taux de 19%, l'utilisation de sources d'énergie renouvelable offre une solution durable pour limiter l'empreinte carbone de l'industrie touristique, en favorisant l'adoption de technologies respectueuses de l'environnement telles que l'énergie solaire ou éolienne. En combinant ces initiatives, les destinations touristiques peuvent progresser vers un tourisme plus écologiquement responsable.

6-2 Evolution prévue du tourisme dans la wilaya de Bejaia dans les prochaines années

Tableau N°18 : La répartition de l'évolution du tourisme dans la wilaya de de Bejaia dans les prochaines années

| | Nombre | Pourcentage |
|--------------------------|--------|-------------|
| Croissance significative | 17 | 65% |

| | | |
|-------------------|----|------|
| Stagnation | 06 | 23% |
| Déclin | 03 | 12% |
| Total | 26 | 100% |

Source : Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Selon le tableau N°18, 17 entreprises disent que l'évolution du tourisme à Bejaia révèle un potentiel de croissance importante, avec une prévision de 65%, toutefois les taux de stagnation à 23% d'une effective 06 entreprises. Avec un déclin de 12% d'une effective de 03 entreprises soulignent des défis potentiels à relever, et pour maintenir un chemin positif, des investissements stratégiques dans les infrastructures et la promotion touristique seront essentiels. De plus, une gestion proactive des risques, tels que les crises sanitaires ou les fluctuations économiques, sera nécessaire pour assurer la résilience du secteur. En travaillant ensemble, les acteurs publics et privés peuvent exploiter pleinement le riche potentiel touristique de Bejaia tout en garantissant des bénéfices durables pour la communauté locale.

6-3 Projets ou objectifs à court à long terme pour l'entreprise touristique

Tableau N°19 : La réparation des projets des entreprises à court ou long terme

| | Nombre | Pourcentage |
|--|---------------|--------------------|
| Expansion des activités | 09 | 35% |
| Amélioration des infrastructures | 07 | 27% |
| Renforcement de la présence en ligne | 06 | 23% |
| Autre (améliorer les services personnels) | 04 | 15% |
| Total | 26 | 100% |

Source : réalisés par nos soins

D'après les données du tableau N°19, nous constatons que les entreprises touristiques envisagent un plan de développement sur plusieurs visages. Avec une expansion des activités prévue à un taux de 35%. Dans ce cadre ces entreprises envisagent à élargir leur offre pour attirer davantage de clients et augmenter leurs revenus.

L'amélioration des infrastructures, avec un taux de 27%, souligne l'importance de garantir des installations de qualité pour offrir une expérience client exceptionnelle et compétitive. Le renforcement

de la présence en ligne, à 23%, est crucial dans le paysage numérique actuel, permettant à l'entreprise d'atteindre un public plus large et de stimuler les réservations. D'une autre manière l'amélioration des services personnels dans 15% de cas, démontre l'engagement envers la satisfaction client et la fidélisation.

Ensemble, ces initiatives stratégiques positionnent l'entreprise pour une croissance solide à court et à long terme dans un marché touristique dynamique.

7 – Informations complémentaires

Ce présent point aborde les réponses ouvertes des entrepreneurs touristiques

7-1 La promotion et la commercialisation des services

Les entreprises touristiques à Bejaia se promeuvent et commercialisent activement leurs services pour attirer les visiteurs locaux et internationaux. Ces entreprises comprennent l'importance de la promotion pour se démarquer dans un marché concurrentiel et pour attirer l'attention des voyageurs potentiels.

Elles utilisent une variété de canaux de communication pour atteindre leur public cible, notamment les médias sociaux, les sites web, les blogs de voyage, les brochures imprimées et les campagnes publicitaires. En mettant en valeur les attraits uniques de la région de Bejaia, telles que ses plages pittoresques, ses sites historiques, sa culture vibrante et sa gastronomie locale, ces entreprises cherchent à susciter l'intérêt des voyageurs et à les inciter à choisir Bejaia comme destination de voyage.

De plus, elles s'efforcent souvent de nouer des partenariats avec des agences de voyage, des tours opérateurs et d'autres acteurs de l'industrie pour élargir leur portée et accéder à de nouveaux marchés. En mettant en œuvre ces stratégies de promotion et de commercialisation efficaces, les entreprises touristiques à Bejaia contribuent à stimuler l'activité touristique dans la région et à promouvoir son développement économique et social.

7-2 Les stratégies les plus efficaces pour attirer les touristes vers la région de Béjaia

Les entreprises touristiques à Bejaia exploitent de plus en plus la technologie pour promouvoir leurs services et interagir avec leurs clients. Les sites web et les plateformes de médias sociaux sont devenus des outils incontournables pour présenter leurs offres, partager des informations sur les attractions locales, et répondre aux questions des voyageurs.

De plus, les applications mobiles permettent aux visiteurs d'accéder facilement à des informations utiles telles que les horaires des attractions, les itinéraires recommandés et les offres spéciales. Les entreprises utilisent également la technologie pour personnaliser l'expérience client, en offrant des options de réservation en ligne, des recommandations personnalisées et un service clientèle amélioré. Les systèmes de gestion de la relation client sont également utilisés pour suivre les préférences des clients et leur offrir des services adaptés à leurs besoins. En adoptant ces stratégies technologiques innovantes, les

entreprises touristiques à Bejaia améliorent non seulement leur visibilité et leur accessibilité, mais aussi leur capacité à offrir des expériences touristiques exceptionnelles et mémorables.

7-3 Les recommandations pour promouvoir le tourisme durable dans la wilaya de Bejaia

Pour promouvoir le tourisme durable dans la wilaya de Bejaia, il est essentiel d'adopter une approche holistique et intégrée, impliquant à la fois les acteurs publics, privés et la société civile

- **Sensibilisation et éducation** : Mettre en place des campagnes de sensibilisation pour informer les habitants et les visiteurs sur l'importance du tourisme durable, en mettant l'accent sur la préservation de l'environnement, la valorisation de la culture locale et le respect des communautés.
- **Développement des infrastructures durables** : Investir dans des infrastructures touristiques respectueuses de l'environnement, telles que les transports publics écologiques, les hébergements éco-certifiés et les installations de traitement des déchets.
- **Implication communautaire** : Impliquer les communautés locales dans la planification et la gestion du tourisme, en favorisant le développement de projets touristiques bénéficiant directement aux populations locales et en promouvant l'artisanat et les produits locaux.
- **Diversification des produits touristiques** : Encourager la diversification des offres touristiques pour promouvoir des formes de tourisme alternatives telles que l'écotourisme, le tourisme culturel, le tourisme rural et le tourisme d'aventure.
- **Promotion responsable** : Promouvoir Bejaia en tant que destination touristique durable, en mettant en avant ses attraits naturels, son patrimoine culturel et ses pratiques de gestion responsable, à travers des campagnes de marketing écoresponsables et des collaborations avec des tour-opérateurs engagés dans le tourisme durable.
- **Surveillance et évaluation** : Mettre en place un système de suivi et d'évaluation pour mesurer l'impact du tourisme sur l'environnement, la société et l'économie locale, et ajuster les stratégies en conséquence pour assurer la durabilité à long terme.

2- Analyse des données des touristes

2-1 Profil des touristes

1- La répartition des enquêtés selon l'âge

Tableau N°20 : Répartition des enquêtés selon l'âge

| | Nombre | Pourcentage |
|--|--------|-------------|
|--|--------|-------------|

| | | |
|-----------------|-----------|-------------|
| Moins de 18 ans | 0 | 0% |
| De 18-25 ans | 24 | 63% |
| De 26 -35 ans | 13 | 34% |
| De 36-50 ans | 0 | 0% |
| 50 ans de plus | 3 | 3% |
| TOTAL | 40 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après les données du tableau N°20, les touristes qui se rendent dans la wilaya de Bejaia sont de la catégorie 18 ans à 25 ans représentés par un taux de 63%. La catégorie d'âge de 26 à 35 ans représente 34% de cas.

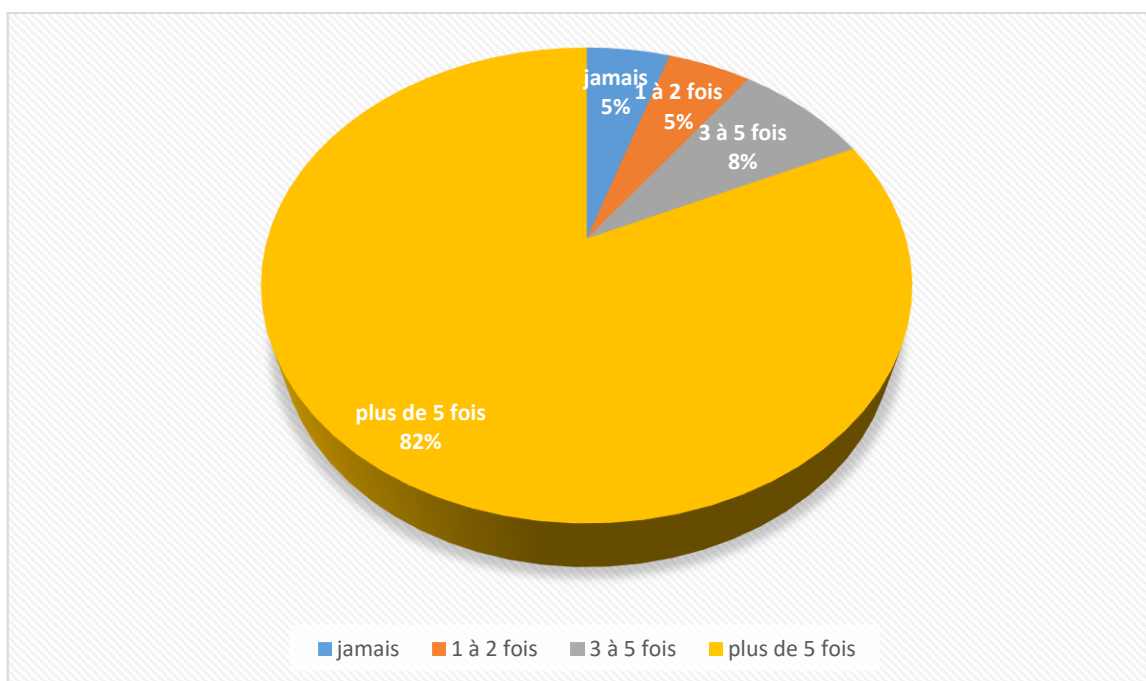
Les résultats montrent une prédominance de jeunes touristes, ce qui est significatif pour plusieurs raisons. Premièrement, cela indique que les jeunes générations, jouent un rôle croissant dans le secteur du tourisme. Ces groupes sont souvent à la recherche d'expériences authentiques et sont très connectés sur les réseaux sociaux, influençant ainsi les tendances de voyage.

Dans ce cadre, les entreprises touristiques doivent adapter leurs offres pour répondre aux attentes de ce public jeune. Par exemple, en proposant des expériences immersives et écologiques, et en utilisant des plateformes numériques pour promouvoir leurs services.

2-2 Expérience touristique

1- La répartition de nombre des touristes à la wilaya de Bejaia par an

Figure N°10 : Représentation selon les nombre des touristes a la wilaya de Bejaia par an



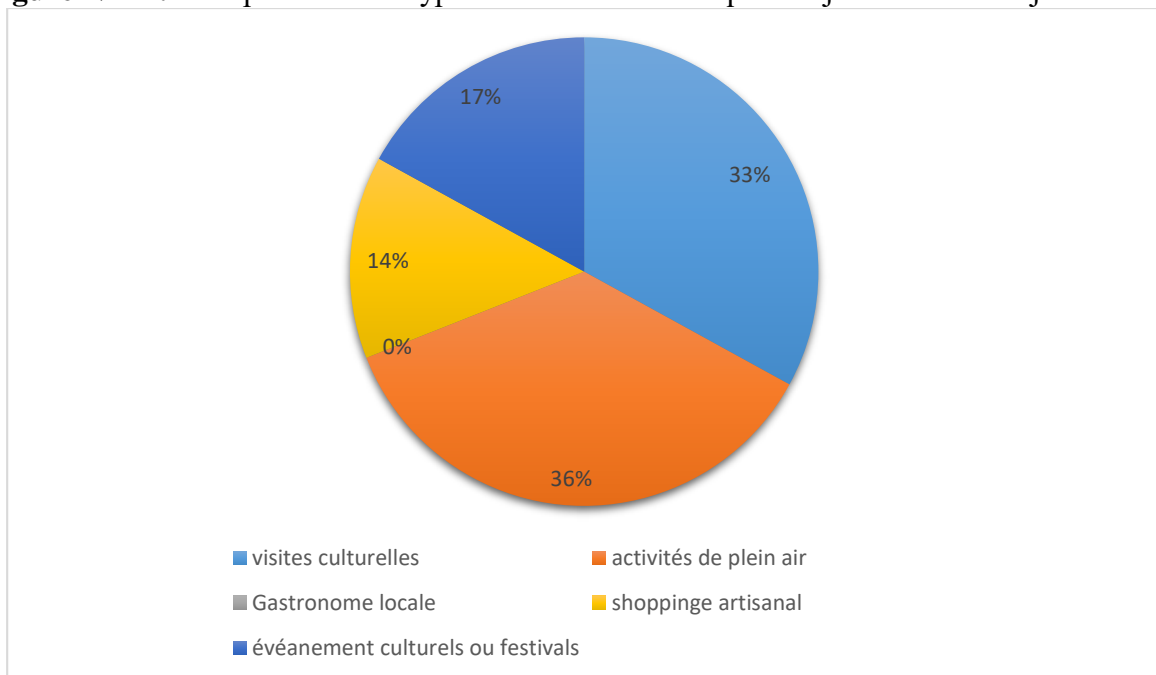
Source : la chambre de tourisme Bejaia, Enquête 2024

D'après la figure N°10, les données sur les visites touristiques à Bejaïa montrent une grande fidélité des visiteurs : une majorité significative, soit 82%, ont visité la région plus de cinq fois. Ce haut niveau de fidélité est révélateur de l'attrait durable que Bejaïa exerce sur ses visiteurs. Les attraits naturels, culturels et historiques de la région contribuent vraisemblablement à ce phénomène.

En revanche, le petit pourcentage de nouveaux visiteurs indique une opportunité de croissance. Pour attirer un plus grand nombre de nouveaux touristes. Les entreprises touristiques pourraient intensifier leurs efforts de promotion et de marketing, notamment en mettant en avant des aspects uniques de la région qui peuvent être moins connus.

2- Les activités touristiques déjà réalisées

Figure N°11 : La répartition des types d'activités touristique a déjà réalisées à Bejaia



Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après les données de la figure N°11, les activités de plein air représentées par un taux de 36% sont les plus populaires pour les touristes. Cet état de fait montre un grand intérêt pour les randonnées, les plages, les activités en nature.

Les visites culturelles, telles que les musées et les sites historiques, attirent 33% des visiteurs, soulignant leur importance. L'événement culturel ou les festivals attirent 17% des touristes, indiquant l'intérêt grandissant pour ces événements.

Le shopping artisanal intéresse 14% des visiteurs, ce qui montre une appréciation pour les produits locaux. Ce fait met en évidence l'attrait des articles artisanaux de Bejaïa, qui représentent souvent la culture et les traditions locales. Les produits artisanaux peuvent inclure des textiles, des bijoux, des poteries et d'autres objets fabriqués à la main, offrant aux touristes une manière tangible de rapporter un souvenir authentique de leur visite.

En revanche, la gastronomie locale n'attire aucun visiteur, ce qui est surprenant et pourrait indiquer un manque de promotion ou un attrait perçu insuffisant. La cuisine d'une région est souvent un aspect clé de l'expérience touristique, et ce désintérêt suggère plusieurs pistes d'amélioration. Il est possible que les visiteurs ne soient pas suffisamment informés des spécialités culinaires de Bejaïa ou que les options de restauration locales ne soient pas mises en valeur de manière attrayante.

3- La répartition des critères les plus importants lors du choix des services touristiques (hôtels, restaurants, agences de voyage, etc.) à Bejaia

- La répartition des services touristiques (hôtel, restaurants ...)

Tableaux N° 21 : Répartition des services touristique selon le pourcentage

| | Nombre | Pourcentage |
|---------------------|--------|-------------|
| Prix | 16 | 24% |
| Qualité | 29 | 43% |
| Emplacement | 13 | 19% |
| Commodités offertes | 6 | 10% |
| Autre | 3 | 4% |
| Total | 67 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

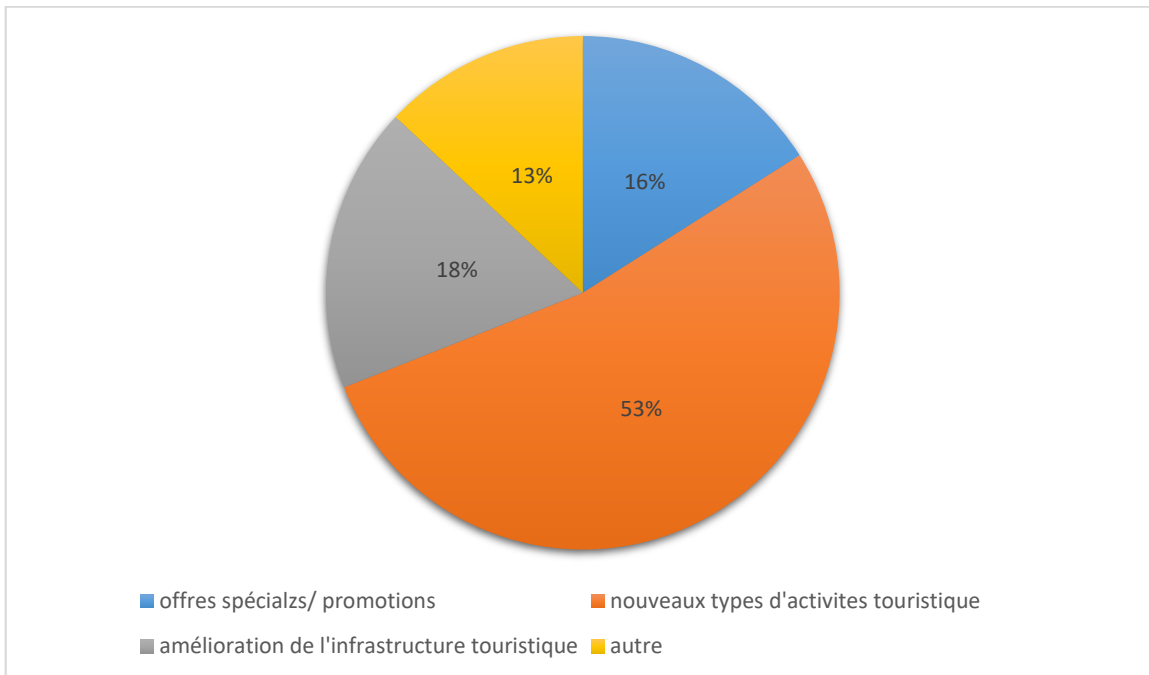
Le tableau N° 21, présent les services touristiques (hôtels, restaurants, agences de voyage, etc.) Les plus importants pour les touristes.

En premier lieu la qualité des services est le critère le plus important avec 43% des répondants le citant comme prioritaire suivi par le prix dans 24% de cas. L'emplacement arrive en troisième position avec 19% et les commodités offertes représentent 10% des préférences, ce qui montre un intérêt moindre mais non négligeable, pour les installations et les services supplémentaires disponibles.

Enfin 4% des répondants mentionnent d'autres critères non spécifiés, ces informations sont essentielles pour les prestataires de services touristique qui cherchent à adapter leur offre aux attentes locales.

4- Raisons qui inciteraient à visiter Bejaia plus fréquemment ou à prolonger le séjour

Figure N° 12 : Répartitions des raisons d'incitation à la visite de Bejaia



Source :

Réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après la figure N°12, plusieurs raisons peuvent inciter les visiteurs à revenir dans la wilaya de Bejaïa. En effet, les visiteurs montrent une préférence marquée pour de nouvelles activités touristiques, avec 53% des répondants intéressés par cette option. Cette forte demande souligne l'importance de diversifier et d'enrichir les offres touristiques pour maintenir l'intérêt et l'engagement des visiteurs.

L'amélioration de l'infrastructure touristique est citée par 18% des répondants, démontrant qu'une partie des visiteurs accorde une grande importance à des installations modernes et confortables pour une expérience optimale. Des infrastructures de qualité, telles que des hôtels bien équipés, des routes bien entretenues et des services touristiques efficaces, sont essentielles pour attirer et retenir les touristes.

Les offres spéciales et promotions retiennent également l'attention de 16% des touristes, indiquant que des incitations financières peuvent jouer un rôle clé dans les décisions de voyage. La mise en place de promotions attrayantes et de forfaits avantageux peut stimuler l'intérêt des visiteurs et les encourager à choisir Bejaïa comme destination.

Enfin, 13% des répondants ont mentionné d'autres raisons, telles que l'accueil chaleureux de la population locale ou des éléments spécifiques non abordés dans les options proposées. Ce pourcentage montre l'importance de l'hospitalité et de l'expérience globale du visiteur, qui inclut des aspects moins tangibles mais tout aussi cruciaux.

Pour inciter davantage de visiteurs à se rendre à Bejaïa et les encourager à prolonger leur séjour, il serait

bénéfique de développer de nouvelles activités touristiques. En enrichissant l'offre touristique, Bejaïa deviendra une destination plus attrayante et compétitive, capable de satisfaire une variété de préférences et de besoins.

5- les implications des touristes dans les entreprises touristiques

Tableaux N°22 : Implication dans les entreprises touristique à Bejaia

| | Nombre | Pourcentage |
|-------|--------|-------------|
| Oui | 34 | 85% |
| Non | 6 | 15% |
| Total | 40 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

L'objet de cette recherche est de montrer les ambitions d'investissements des potentiels visiteurs dans des activités touristiques dans la région de Bejaïa et de promouvoir ainsi le tourisme. Les données obtenues révèlent que 85% des répondants, soit 34 personnes, ont exprimé leur volonté de s'impliquer dans des entreprises touristiques locales. En revanche, 15% des répondants, soit 6 personnes, ont indiqué ne pas être intéressés par une implication dans des entreprises touristiques, préférant probablement des séjours plus indépendants et évitant les services organisés ou formels.

Ces résultats montrent une forte tendance des visiteurs à s'engager dans le secteur touristique local, ce qui est extrêmement bénéfique pour l'économie de Bejaïa. L'implication de la majorité des visiteurs dans des entreprises touristiques locales peut stimuler la création d'emplois, encourager l'entrepreneuriat touristique et attirer davantage d'investissements dans la région. De plus, cet engagement des visiteurs reflète un intérêt accru pour des expériences authentiques et personnalisées, souvent offertes par les entreprises locales. En soutenant et en promouvant les initiatives locales, Bejaïa peut renforcer son attractivité touristique, diversifier son offre et améliorer la satisfaction des visiteurs

Tableaux N° 23 : l'histoire d'implication dans une entreprise touristique

| | Le nombre | Le pourcentage |
|------------------|-----------|----------------|
| Moins de 1 an | 11 | 32% |
| De 1 ans – 4 ans | 9 | 26% |
| De 4 ans -5ans | 6 | 18% |
| De 5 ans de plus | 8 | 24% |
| Total | 34 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

Les données du tableau n° 23, nous permettent de constater que pour les 85% qui ont été déjà impliqué dans une entreprise touristique locale. La durée d'implication varie.

32% d'entre eux, soit environ 11 personnes, ont une expérience de moins d'un an. 26%, ce qui correspond à environ 9 personnes, sont impliqués depuis 1 à 4 ans. 18%, soit environ 6 personnes, ont une expérience de 4 à 5 ans, tandis que 24%, soit environ 8 personnes, sont impliqués depuis plus de 5 ans.

Ces résultats montrent une diversité d'expériences parmi les touristes impliqués dans des entreprises touristiques à Bejaïa. Une majorité des répondants ont une expérience récente ou de moyen terme, tandis qu'un quart d'entre eux possède une expérience de longue durée. Cette diversité est indicative de la richesse et de la profondeur des connaissances et compétences disponibles au sein du secteur touristique local. Les nouveaux venus apportent des idées fraîches et des perspectives innovantes, tandis que ceux ayant une longue expérience offrent une stabilité et une expertise précieuse, contribuant ainsi à la croissance et au dynamisme du tourisme à Bejaïa.

Tableau N° 24 : l'ambition future d'investir

| | Nombre | Pourcentage |
|--------------|--------|-------------|
| Oui | 3 | 50% |
| Non | 3 | 50% |
| Total | 6 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après le tableau N°24, les réponses des visiteurs se sont réparties de manière égale entre les deux options 50 % des répondants ont indiqué qu'ils seraient intéressés à l'avenir d'entreprendre une entreprise touristiques dans la région de Bejaia, tandis que la même proportion 50 % des répondants ont exprimé qu'ils ne seraient pas intéressés.

2-3 Connaissance des zones touristiques de Bejaia

1- Les places touristiques connues par les touristes

La région de Bejaïa, située en Kabylie, est une destination prisée pour ses nombreuses attractions touristiques. Les visiteurs évoquent souvent des sites naturels spectaculaires tels que le Cap Carbon et le Pic des Singes, offrant des panoramas à couper le souffle. Le Parc National de Gouraya, avec sa forêt dense et ses cascades, est également très populaire, offrant une expérience en communion avec la nature. La Brise de Mer et les plages, notamment celles de Boulimat et de Tichy, attirent les amateurs de détente au bord de l'eau, offrant des moments de calme et de relaxation. Les lieux historiques et culturels ne sont pas en reste, avec des trésors comme la Casbah de Béjaïa, la Place Gaidon et le Musée d'Ifri Ouzellagen, invitant les visiteurs à plonger dans l'histoire et la richesse culturelle de la région.

Les excursions au Lac Noir et à la Forêt de Akfadou, ainsi que la découverte du Cap Aokas, sont également des activités très appréciées. Ces sites variés font de Bejaïa une région riche en biodiversité et en histoire, idéale pour les amoureux de la nature et de la culture, offrant une expérience enrichissante à tous ceux qui la visitent.

2 -Les types d'activités touristiques qui sont les plus populaires à Bejaia

Les activités touristiques à Béjaïa sont très variées et attirent de nombreux visiteurs chaque année. Les amateurs de nature sont particulièrement séduits par le Parc National de Gouraya, où ils peuvent explorer une biodiversité riche, et par les magnifiques cascades qui parsèment la région.

Les plages offrent des activités de plein air comme la baignade, le bronzage et les sports nautiques, faisant le bonheur des vacanciers. Les randonnées sont également très prisées, avec des sentiers offrant des vues spectaculaires sur les montagnes et la mer. Les festivals et les expositions artisanales permettent aux visiteurs de plonger dans la culture locale, découvrant ainsi les traditions et le savoir-faire des artisans de Bejaïa. Les galeries artistiques et les événements historiques et culturels ajoutent une dimension enrichissante au séjour des touristes, leur permettant de mieux comprendre l'histoire et le patrimoine de la région. Pour les plus aventuriers, le tourisme de montagne et les activités de parachute offrent des sensations fortes et des expériences inoubliables. Ainsi, Bejaïa séduit par la diversité de ses activités touristiques, alliant nature, culture et aventure, répondant aux attentes de tous les types de visiteurs. Que ce soit pour se détendre sur la plage, explorer les montagnes, participer à des festivals ou découvrir l'artisanat local, chacun trouve son bonheur à Bejaïa.

3- Les principaux atouts touristiques de la wilaya de Bejaia

Tableau N° 25 : Répartition les principes aouts touristique de la wilaya de Bejaia

| | Nombre | Pourcentage |
|---|--------|-------------|
| Le parc national de gouraya | 22 | 14 % |
| Le Foret de Gouraya | 17 | 11% |
| Plage de Tichy | 16 | 10% |
| Les randonnés dans le parc national de Gouraya | 12 | 8% |
| Cap carbon | 26 | 17% |
| Les cascades | 31 | 19% |
| La soummam | 12 | 8% |
| Forêt d'akfadou | 20 | 13% |
| Total | 156 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

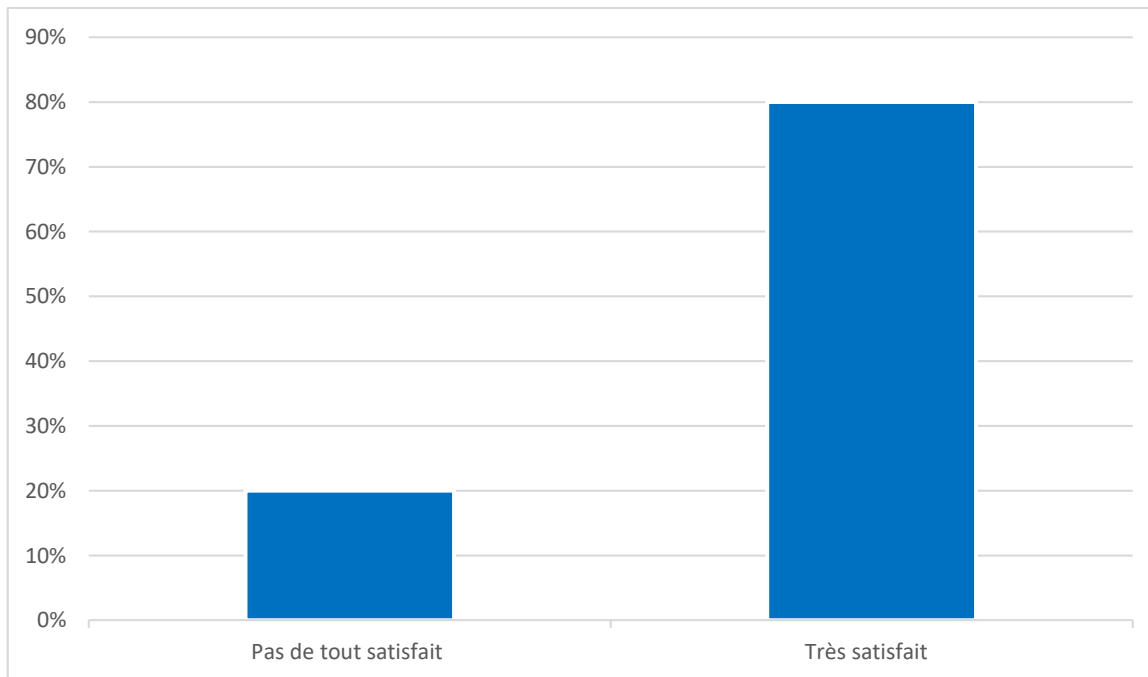
Selon le tableau N°25, les touristes ont identifié plusieurs atouts majeurs de la wilaya de Bejaïa. Les cascades sont en tête des préférences avec 19% des votes, suivies de près par le Cap Carbon avec 17%. Le Parc National de Gouraya recueille 14% des suffrages, tandis que la Forêt d'Akfadou suit de près avec 13% de popularité. La Forêt de Gouraya et la plage de Tichy attirent également l'attention, obtenant respectivement 11% et 10% des votes. Les randonnées dans le Parc National de Gouraya et la vallée de la Soummam sont appréciées par 8% des touristes chacune.

Ces réponses illustrent la diversité et la richesse naturelle de Bejaia, en faisant une destination touristique attrayante. La variété des attractions, allant des cascades majestueuses aux plages pittoresques, en passant par les randonnées dans des paysages montagneux époustouflants, offre aux visiteurs une expérience variée et enrichissante.

2-4 Point de vue sur l'entrepreneuriat touristique

1- L'offre touristique de la wilaya et les attentes des touristes

Figure N° 13 : Répartition de l'offre touristique de la wilaya



Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

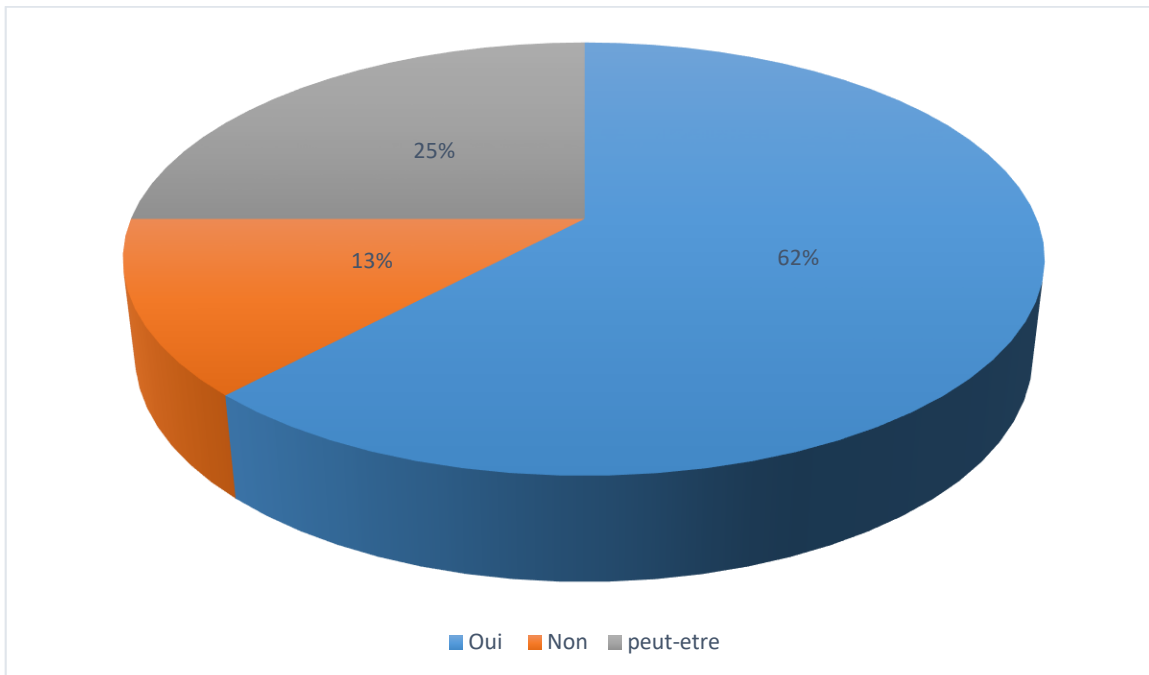
D'après la figure N°13, la wilaya de Bejaïa offre une expérience touristique globalement très positive, avec 80% des touristes se déclarant très satisfaits de leur visite. Ils apprécient particulièrement la diversité des paysages, les magnifiques plages, les montagnes impressionnantes et les sites historiques riches en histoire et en culture. Cependant, 20% des touristes ne sont pas du tout satisfaits.

Ces résultats suggèrent qu'il y a des aspects à améliorer, tels que l'accueil, l'hygiène ou la qualité des services offerts. Ces domaines peuvent être des points d'attention pour les autorités et les acteurs du tourisme afin d'optimiser l'expérience des visiteurs et de garantir un accueil chaleureux et de qualité à tous les touristes qui choisissent de découvrir la beauté de Bejaïa.

2-5 Soutien à l'entrepreneuriat touristique

1- les disposition des touristes qui soutenir les entreprises touristiques de la wilaya de Bejaia

Figure N° 14 : Soutenir les petites entreprises touristiques



Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après la figure N°14, les réponses des touristes concernant leur disposition à soutenir les petites entreprises touristiques de la wilaya de Bejaïa démontrent une tendance positive. Parmi les 40 personnes interrogées, 62% (25 touristes) ont répondu "Oui", témoignant d'une forte volonté de soutien.

En revanche, 13% (5 touristes) ont répondu "Non", tandis que 25% (10 touristes) ont répondu "Peut-être", indiquant une ouverture conditionnelle au soutien. Ces résultats mettent en évidence que la majorité des visiteurs sont en faveur du soutien aux petites entreprises locales, ce qui pourrait stimuler le développement du secteur touristique à Bejaïa.

2-6 Suggestions et commentaires

1- Suggestions pour améliorer l'offre touristique de la wilaya de Bejaia

Tableaux N°26 : Répartition selon l'amélioration de l'offre touristique

| | Nombre | Pourcentage |
|--------------|--------|-------------|
| Oui | 31 | 77% |
| Non | 9 | 23% |
| Total | 40 | 100% |

Source : réalisé par les auteurs, Enquête 2024

D'après le tableau N°26, la wilaya de Bejaia affiche une forte demande pour des améliorations. Sur les 40 personnes interrogées, 77% (31 touristes) ont répondu « oui », tandis que 23% (9 touristes) ont répondu « non ».

Ces chiffres révèlent que la majorité des visiteurs reconnaissent un potentiel d'amélioration pour

renforcer l'attrait touristique de la région. Parmi les suggestions émises figurent notamment l'amélioration des infrastructures et la création de meilleures offres touristiques.

2- Les commentaires ou observations que vous aimeriez partager concernant le tourisme dans la région

Les retours des touristes sur la wilaya de Bejaïa révèlent une combinaison d'appréciation et de recommandations visant à enrichir l'expérience touristique. Bien que Bejaïa soit largement admirée et considérée comme l'une des plus belles villes d'Algérie, les voyageurs mettent en lumière des aspects à améliorer.

Les infrastructures touristiques nécessitent des rénovations, et l'établissement d'associations pour guider les visiteurs est souhaité. L'absence d'un téléphérique reliant la ville à Gouraya est relevée comme une lacune. Les tarifs élevés et le manque d'options abordables sont également évoqués. Les capacités touristiques, notamment dans l'hôtellerie et le transport, doivent être développées et améliorées, tandis que les lacunes en termes d'infrastructures, d'investissements, de loisirs, de guides touristiques et de sécurité sont critiquées. En résumé, malgré l'appréciation générale pour Bejaïa, les visiteurs espèrent des améliorations significatives pour renforcer son attractivité touristique.

En conclusion, l'analyse des résultats met en lumière le potentiel touristique de Bejaia, tout en soulignant la nécessité d'une valorisation accrue des atouts de la région et d'une implication plus soutenue des acteurs du secteur pour un développement touristique durable..

Conclusion

Le tourisme dans la province de Bejaia, en se concentrant sur les ressources naturelles, culturelles et historiques ainsi que sur les infrastructures et services touristiques existants. Les résultats de l'enquête montrent que les touristes sont satisfaits des services touristiques de Bejaia, mais certains maillons faibles doivent être améliorés. Les entreprises touristiques doivent se commercialiser et commercialiser leurs services pour attirer davantage de touristes, et il est également important de minimiser l'impact des activités touristiques sur l'environnement.

La région de Bejaia possède une grande variété d'attractions touristiques, notamment des plages, des lacs, des cascades, des sources chaudes et des monuments historiques. L'infrastructure d'accueil et de services est étendue, avec des hôtels publics et privés, des restaurants et des agences de voyages. Les touristes nationaux et étrangers viennent profiter des attraits naturels, des monuments historiques et des activités récréatives de la province.

Cependant, il convient de noter que les défis auxquels est confrontée l'industrie du tourisme incluent la nécessité d'améliorer les infrastructures et les services, ainsi que de valoriser le patrimoine culturel et naturel de la région. Les entreprises touristiques doivent également s'adapter aux demandes touristiques et aux tendances du marché. En résumé, le secteur touristique de la wilaya de Bejaia

présente de nombreuses potentialités et opportunités pour le développement économique et culturel de la région. Il est essentiel de promouvoir et de commercialiser les services touristiques, tout en minimisant l'impact environnemental et en améliorant les infrastructures et les services.



Conclusion générale

L'étude menée sur l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa confirme le fort potentiel de développement du secteur dans la région. Cependant, il est indéniable que ce potentiel est entravé par un certain nombre de défis, tels que l'insuffisance de financement, la bureaucratie administrative, l'instabilité politique et l'insécurité.

Malgré ces obstacles, les résultats de l'étude confirment la première hypothèse : l'entrepreneuriat touristique peut jouer un rôle important dans le développement économique de la wilaya de Bejaïa. La région possède des atouts touristiques uniques, avec un riche patrimoine naturel et culturel, qui peuvent être valorisés par des entrepreneurs dynamiques et innovants.

Pour surmonter les obstacles existants et exploiter ce potentiel, les entrepreneurs touristiques peuvent adopter des stratégies spécifiques, comme la diversification des sources de financement, l'utilisation des technologies numériques, le développement de partenariats stratégiques et l'engagement envers le tourisme durable. Ces stratégies répondent à la deuxième hypothèse, en confirmant que les entrepreneurs peuvent créer des entreprises prospères et durables en s'adaptant aux réalités du contexte local.

Le soutien des autorités locales et nationales est également crucial pour la réussite de l'entrepreneuriat touristique. La mise en place de programmes de financement spécifiques, la simplification des procédures administratives, le renforcement de la sécurité et la promotion du tourisme durable sont des mesures essentielles pour encourager l'investissement privé dans le secteur.

Le tourisme durable s'affirme comme un modèle de développement essentiel pour l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa. En adoptant des pratiques respectueuses de l'environnement et de la culture locale, les entrepreneurs peuvent préserver les ressources naturelles et culturelles de la région, tout en garantissant un développement touristique durable et responsable.

L'avenir de l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa est prometteur. Avec la mise en œuvre de stratégies adéquates et le soutien des autorités locales et nationales, le secteur du tourisme peut devenir un moteur de croissance économique important pour la région et contribuer à l'amélioration du niveau de vie de la population locale.

Au final, l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaïa présente des opportunités considérables pour le développement économique et social de la région. En surmontant les défis existants et en adoptant des stratégies appropriées, les entrepreneurs touristiques, avec le soutien des autorités locales et nationales, peuvent contribuer à la valorisation du patrimoine naturel et culturel de la région et à la création d'emplois durables. Le développement d'un tourisme durable et responsable

Conclusion générale

sera la clé du succès pour un avenir prometteur du secteur touristique dans la wilaya de Bejaïa.




Bibliographie

Bibliographie

- Belbrik, M. (2022). تسيير الموارد البشرية في القطاع السياحي بين متطلبات المهنة و تحديات المحيط. مجلة دراسات في علم إجتماع المنظمات, 9(2), 52-67.
- Boyer, M. (1999). Histoire de l'invention du tourisme (XVI-XIXe siècles): Origine et développement du tourisme dans le Sud-est de la France. FeniXX.
- Cantillon, R. (1997). Essai sur la nature du commerce en général. INEd.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Ch, C., & Hall, C. M. (2008). Contemporary tourism: an international approach. New Zeland.
- Christensen, C., Raynor, M. E., & McDonald, R. (2013). Disruptive innovation. Brighton, MA, USA: Harvard Business Review.
- Dictionnaire de gestion: vocabulaire, concepts et outils. Economica.
- Drucker, P. F. (1986). Innovation and entrepreneurship: practice and principles. Harper & Row.
- Duckworth, A. (2016). Grit: The power of passion and perseverance (Vol. 234). New York, NY: Scribner.
- Durkheim, É. (1904). Les règles de la méthode sociologique. F. Alcan.
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Dwyer, W. (2020). Tourism economics and policy (Vol. 5). Channel View Publications.
- Gartner, W. B. (1988). "Who is an entrepreneur?" is the wrong question. *American journal of small business*, 12(4), 11-32.
- Hall, C. M. (1994). Tourism and politics: Policy, power and place. John Wiley & Sons.
- Harris, M. (1989). Cultural Anthropology: History, Theory, and Practice (4ème édition). New York, HarperCollins.
- Henia, M. (2004). Histoire du tourisme algérien. Éditions ENAG.
- Hofstede, G. (1984). Culture's consequences: International differences in work-related values (Vol. 5). Sage.
- Julien, P. A., & Marchesnay, M. (1998). Dictionnaire de gestion: vocabulaire, concepts et outils. Economica.
- Kahneman, D. (1979). Prospect theory: An analysis of decisions under risk. *Econometrica*, 47, 278.
- Kara, R. (2018). Essai sur l'évolution de l'économie algérienne 1962-2015: Approche historique. *Revue cahiers économiques*, 329-350.
- L'Algérie, pays continent doit s'ouvrir au tourisme : Le schéma directeur de l'aménagement touristique (S.D.A.T) - ECOTIMES. (ecotimesdz.com)
- Le Tourisme En Algérie Tahar Amina1 University Hassiba Benbouali- CHLEF.
- Luthans, F., & Davis, C. Y. (1985). Work motivation: How to increase organizational commitment and productivity. New York: Macmillan Publishing Company.
- Ministère du Tourisme et de l'Artisanat. <https://portail.mta.gov.dz/>
- Mises, L. v., & Kirzner, I. (1973). Competition and Entrepreneurship.

Bibliographie

- Mirtaghian Rudsari, S. M., & Pourfaraj, A. (2023). Tourism, From Definition to Redefinition in the New Era. *Journal of Tourism Planning and Development*, 12(46), 7-45.
- Organisation mondiale du tourisme (OMT). (n.d.). Définitions du tourisme. Consulté le <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
- Pierre, B. O. U. R. D. I. E. U. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris, éd. de Minuit.
- Powell, W. W., Koput, K. W., & Smith-Doerr, L. (1996). Interorganizational collaboration and the locus of innovation: Networks of learning in biotechnology. *Administrative science quarterly*, 116-145.
- Rabah, K. A. (2018). Essai sur l'évolution de l'économie algérienne 1962-2015: Approche historique. *Revue cahiers économiques*, 329-350.
- Richards, G. (Ed.). (2001). *Cultural attractions and European tourism*. Cabi.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership (Vol. 2)*. John Wiley & Sons.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*.
- Schumpeter, J. A. (2008). *The theory of economic development*.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2001). Entrepreneurship as a field of research: A response to Zahra and Dess, Singh, and Erikson. *Academy of management review*, 26(1), 13-16.
- Smith, V. L. (1989). *Hosts and guests: The anthropology of tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Tylor, E. B. (1871). *Primitive culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, art and custom (Vol. 2)*. J. Murray.
- Verstraete, T. (2000). *Histoire d'entreprendre: les réalités de l'entrepreneuriat (pp. 173-186)*. Editions EMS.
- Vieira, J. M. D. N. G. (2013). *Creating Shared Value. The Case of Nestlé (Master's thesis, Universidade Catolica Portuguesa (Portugal))*.
- World Tourism Organization (UNWTO). <https://www.unwto.org/>
- محمد. (2022). تسيير الموارد البشرية في القطاع السياحي بين متطلبات المهنة و تحديات المحيط. مجلة دراسات في علم & بلبريك. إجتماع المنظمات, 9(2), 67-52.
- OMT). (n.d.). استشارة في تعريفات السياحة. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.



**Table de
matière**

Tables des matières

Remerciement

Dédicace

Dédicaces

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste Des Tableaux

Sommaire

| | |
|--|----|
| Introduction générale..... | 1 |
| Chapitre I..... | 3 |
| L'entrepreneuriat et Le tourisme | 3 |
| Introduction | 4 |
| Section 01 Généralités sur l'entrepreneuriat..... | 4 |
| 1 Concepts générales sur l'entrepreneuriat | 4 |
| 1-1 Définitions | 4 |
| 1-2 Définition de l'entrepreneur..... | 5 |
| 1-3 L'esprit entrepreneurial | 7 |
| 2 L'importance de l'entrepreneuriat dans le développement économique | 8 |
| 2-1 L'impact de l'entrepreneuriat dans le développement économique | 8 |
| 2-2 Entrepreneuriat et croissance économique | 8 |
| 2-3 L'innovation et l'entrepreneuriat..... | 9 |
| 2-4 Les obstacles à la création d'entreprises..... | 9 |
| 2-5 Lever les obstacles au développement de l'entrepreneuriat | 9 |
| 3 Les connaissances de la culture entrepreneuriale | 9 |
| 3-1 La définition de la culture..... | 9 |
| 3-1-1 Anthropologie:..... | 9 |
| 3-1-2 Sociologie: | 10 |

Tables des matières

| | |
|---|-----------|
| 3-1-3 Psychologie:..... | 10 |
| 3-1-4 Gestion des affaires: | 10 |
| 3-2 La culture entrepreneuriale..... | 10 |
| 3-2-1 Définition de la culture entrepreneuriale | 11 |
| 3-2-2 Les valeurs entrepreneuriales | 12 |
| A- Création de valeur | 12 |
| B-Innovation | 12 |
| C-Prise de risque calculée. | 12 |
| D-Collaboration | 12 |
| E-Agilité | 13 |
| F-Passion. | 13 |
| G-Responsabilité | 13 |
| H-Intégrité. | 13 |
| Section 2 : le tourisme | 14 |
| <i>2-1- Généralité sur le tourisme</i> | <i>14</i> |
| 2-1-1 Définition du tourisme | 14 |
| 2-1-2 Définition du touriste | 15 |
| 2-1-3 L’histoire de tourisme | 15 |
| <i>2-2 Les formes et les types de tourisme</i> | <i>15</i> |
| 1-Tourisme culturel | 16 |
| 2-Tourisme de luxe | 16 |
| 3-Tourisme médical | 16 |
| 4-Tourisme esthétique | 16 |
| 5-Tourisme urbain | 16 |
| 6-Tourisme rural | 16 |
| 7-Tourisme de formation | 16 |
| 8-Tourisme gastronomique | 16 |
| 9-Tourisme durable | 16 |

Tables des matières

| | |
|--|-----------|
| 10-Tourisme montagnard..... | 16 |
| 11-Tourisme balnéaire..... | 16 |
| 12-Tourisme d'aventure | 16 |
| 13-Tourisme religieux ou spirituel..... | 17 |
| 14-Tourisme vert | 17 |
| 15-Tourisme bleu et le blanc | 17 |
| 16-Tourisme d'affaires | 17 |
| 17-Tourisme d'agrément | 17 |
| 18- Tourisme écologique | 17 |
| 19-Tourisme sportif | 17 |
| <i>2-3 Le rôle du tourisme</i> | <i>17</i> |
| Conclusion..... | 18 |
| Chapitre II | 20 |
| Le tourisme en Algérie | 20 |
| Introduction | 21 |
| Section 1 : L'historique de tourisme en Algérie | 21 |
| <i>1-1 Le tourisme dans la période coloniale française.....</i> | <i>21</i> |
| <i>1-2 Le tourisme en Algérie après l'indépendance.....</i> | <i>22</i> |
| 1-2-1 L'Algérie indépendante apprend à faire du tourisme..... | 22 |
| 1-2-2 Les périodes de l'économie planifiée après l'indépendance | 23 |
| 1- Économie de la période 1962-1966 : | 23 |
| 2- Économie de la période 1966-1980 : | 23 |
| 3- Économie des années 1980-1990 : | 23 |
| 4- Économie des années 1990-2000 : | 23 |
| 5- La période après 2000 de l'économie : | 23 |
| Section 2 : L'investissement touristique en Algérie | 24 |
| <i>2-1-Définition des concepts.....</i> | <i>24</i> |
| 2-1-1-Définition de l'investissement d'une manière générale | 24 |
| 2-1-2- Définition de l'investissement touristique | 24 |

Tables des matières

| | |
|--|----|
| <i>2-2 Organismes spécialisées dans le soutien et la promotion des petites et moyennes entreprises</i> | 24 |
| 2-2-1 Agence Nationale de Développement de l'Investissement (ANAD) | 24 |
| 2-2-2 Caisse Nationale d'Assurance Chômage | 24 |
| 2-2-3 Agence Nationale du Développement de l'Investissement (ANDI) | 25 |
| 2-2-4 Agence Nationale de Gestion du Microcrédit (ANGEM) | 25 |
| 2-2-5 Fonds National de Développement des PME (FNDPME) | 25 |
| 2-2-6 Chambre Algérienne de Commerce et d'Industrie (CACI) | 25 |
| <i>2-3 L'investissement dans le tourisme en Algérie</i> | 25 |
| 1- Patrimoine naturel et culturel | 26 |
| 2- Gouvernance et réglementation | 26 |
| 3- Investissements et infrastructures | 26 |
| <i>2-4 Développement du Tourisme en Algérie (Un secteur en croissance)</i> | 26 |
| 1- Position géographique | 26 |
| 2- Patrimoine naturel et culturel | 26 |
| 3- Climat doux et infrastructures bien développées | 26 |
| 2-4-1 La Stratégie de Relance Du Tourisme en Algérie | 26 |
| 2-4-2 Les cinq objectifs du SDAT 2025 | 27 |
| Section 03 : les potentielles perspectives et les défis de tourisme en Algérie | 28 |
| <i>3-1 La réglementation du tourisme en Algérie</i> | 28 |
| 1- Cadre juridique principal | 28 |
| 2- Organismes de régulation | 29 |
| 3- Principales réglementations | 29 |
| 4-Défis et perspectives d'évolution: | 30 |
| <i>3-2 Les atouts touristiques de l'Algérie</i> | 31 |
| 3-2-2 Un patrimoine culturel exceptionnel et millénaire: | 31 |
| A- Sites archéologiques romains et byzantins: | 31 |
| B- Casbah d'Alger: | 31 |
| B- Villes anciennes et villages pittoresques: | 31 |

Tables des matières

| | |
|---|-----------|
| C- Musées riches en collections d'art et d'objets historiques:..... | 32 |
| 3-2-3 Un réseau de transport en développement..... | 32 |
| A-Aéroport international d'Alger | 32 |
| B- Réseau routier national en cours d'amélioration | 32 |
| C- Lignes ferroviaires | 33 |
| D-Transports en commun..... | 33 |
| 3-2-4 Un artisanat riche et varié | 33 |
| A-Poterie: | 33 |
| B-Tapis | 33 |
| C-Bijoux | 34 |
| D-Produits en cuir. | 34 |
| <i>3-2 Les défis du tourisme en Algérie</i> | <i>34</i> |
| 1. Des installations insuffisantes et inadaptées : | 34 |
| 2. Manque de communication et de promotion :..... | 34 |
| 3. Une variété restreinte de l'offre touristique : | 35 |
| 4. Des employés peu qualifiés : | 35 |
| 5. Manque de réglementation et de gouvernance adéquate : | 35 |
| 6. Conséquences écologiques du tourisme : | 35 |
| <i>3-3 Le tourisme durable en Algérie</i> | <i>35</i> |
| Consultation..... | 36 |
| Chapitre III..... | 37 |
| Le secteur touristique à Bejaïa..... | 37 |
| Introduction | 38 |
| SECTION 1 : Aperçu général sur la wilaya de Bejaïa..... | 38 |
| <i>1.1 Présentations de la wilaya</i> | <i>38</i> |
| 1- Situation géographique..... | 39 |
| A- Le littoral | 39 |
| B- Les lacs..... | 41 |
| 1. Le lac d'ighil Emda a kherrata | 42 |
| 2. Le lac de Tichy-Haf à Bouhamza | 42 |
| 3. Le lac Aguelmim Aberkane (lac noir) | 42 |

Tables des matières

| | |
|---|----|
| 4. Le lac des oiseaux..... | 42 |
| 5. Le lac de Tamelaht à Sidi Ali Lbhar..... | 42 |
| C- Les cascades | 42 |
| D- Les sources thermales..... | 43 |
| E- Le climat..... | 43 |
| F- Les montagnes..... | 44 |
| G- La faune et la flore..... | 44 |
| H- Les parcs naturels..... | 44 |
| | |
| 2- Aperçu touristique..... | 45 |
| | |
| 2-1 Les flux touristiques sur la wilaya de Bejaia | 45 |
| | |
| 2-2 Les capacités touristiques de Bejaia | 46 |
| 1-Agences de tourisme et de voyages à Bejaia 2023 | 46 |
| 2- Les services hôteliers à Bejaia | 46 |
| | |
| Section 02 : Méthodologie de l'enquête de terrain | 48 |
| | |
| 2-1- Objectifs de l'enquête..... | 49 |
| | |
| 2.1.1 Structure du questionnaire..... | 49 |
| | |
| 2-2- Taille de l'échantillon..... | 49 |
| | |
| 2-3 Le déroulement de l'enquête..... | 49 |
| | |
| Section 03 : Traitement et analyse des résultats de l'enquête | 50 |
| | |
| 3.1 Analyse des données des entreprises touristiques (hôtels, associations touristiques, agences touristiques)..... | 50 |
| | |
| 1 Informations générales sur l'entreprise touristique | 50 |
| 1-1 Type de l'entreprise (hôtel touristique, agence touristique, association touristique) | 50 |
| 1-2 Emplacement de l'entreprise | 51 |
| 1-3 L'année de fondation de l'entreprise | 51 |
| | |
| 2-Le profil de la clientèle | 52 |
| 2-1 Proportion de clients nationaux par apport aux clients internationaux..... | 52 |
| | |
| 3- Les services et les offres | 53 |
| 3-1 Les types de services proposés aux clients | 53 |
| 3-2 Principaux sites touristiques ou attractions recommandés par les entreprises touristiques | 54 |
| 3-3 Gestion des saisons touristiques..... | 54 |
| | |
| A- Gestion des fluctuations saisonnières de la demande : Pratiques des entrepreneurs touristiques à Bejaia..... | 55 |
| | |
| B- Les stratégies les plus investies pour attirer les touristes pendant les saisons creuses..... | 55 |

Tables des matières

| | |
|--|-----------|
| C- La collaboration avec d'autres entreprises ou prestataires de services touristiques | 55 |
| 4- Expérience Client | 56 |
| 4-1 L'âge moyen des clients :..... | 56 |
| 4-2 Evaluation de l'exercice globale des clients | 57 |
| 4-3 Les aspects les plus appréciés par les clients | 57 |
| 4-4 Aspects à améliorer pour une meilleure expérience | 58 |
| 5- Défis et Opportunités | 59 |
| 5-1 Les principaux défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique..... | 59 |
| 5-2 Les principales réussites dans les secteurs d'activités | 60 |
| 5-3 Opportunités pour développer ou améliorer l'entreprise touristique | 60 |
| 5-4 Les facteurs influençant la décision des touristes à visiter la wilaya de Bejaia..... | 61 |
| 5-5 Besoin en formation | 61 |
| 5-6 L'utilisation de la technologie | 62 |
| 6 Impact Economique et Environnement et perspective | 62 |
| 6-1 Initiatives prises pour minimiser l'impact environnemental de l'activité touristique | 63 |
| 6-2 Evolution prévue du tourisme dans la wilaya de Bejaia dans les prochaines années..... | 63 |
| 6-3 Projets ou objectifs à court à long terme pour l'entreprise touristique..... | 64 |
| 7 – Informations complémentaires | 65 |
| 7-1 La promotion et la commercialisation des services..... | 65 |
| 7-2 Les stratégies les plus efficaces pour attirer les touristes vers la région de Béjaia..... | 65 |
| 7-3 Les recommandations pour promouvoir le tourisme durable dans la wilaya de Bejaia ... | 66 |
| 2- Analyse des données des touristes | 66 |
| 2-1 Profil des touristes | 66 |
| 1- La répartition des enquêtés selon l'âge | 66 |
| 2-2 Expérience touristique | 67 |
| 1- La répartition de nombre des touristes à la wilaya de Bejaia par an..... | 67 |
| 2- Les activités touristiques déjà réalisées..... | 68 |
| 3- La répartition des critères les plus importants lors du choix des services touristiques (hôtels, restaurants, agences de voyage, etc.) à Bejaia | 69 |
| 4- Raisons qui inciteraient à visiter Bejaia plus fréquemment ou à prolonger le séjour..... | 69 |
| 5- l'implication des touristes dans une entreprise touristique à Bejaia..... | 71 |
| 2-3 Connaissance des zones touristiques de Bejaia | 72 |
| 1- Les places touristiques connues par les touristes | 72 |
| 2 -Les types d'activités touristiques qui sont les plus populaires à Bejaia | 72 |
| 3- Les principaux atouts touristiques de la wilaya de Bejaia | 73 |
| 2-4 Point de vue sur l'entrepreneuriat touristique | 73 |
| 1- L'offre touristique de la wilaya et les attentes des touristes | 74 |
| 2-5 Soutien à l'entrepreneuriat touristique | 74 |
| 1- disposition des touristes à soutenir les entreprises touristiques de la wilaya de Bejaia | 74 |

Tables des matières

| | |
|---|-----------|
| 2-6 Suggestions et commentaires | 75 |
| 1- Suggestions pour améliorer l'offre touristique de la wilaya de Bejaia | 75 |
| 2- Les commentaires ou observations que vous aimeriez partager concernant le tourisme dans la région | 76 |
| Conclusion..... | 76 |
| Conclusion générale | 77 |

Bibliographie

Table de matière

Annexes

Annexes

Annexe N°01 : Les plages de la wilaya de Bejaia

| Daïra | Commune | N° | Dénomination | Longueur (m) | Superficie |
|----------------|----------------|-----------|-------------------------------|---------------------|-------------------|
| Souk El Tenine | Melbou | 01 | Tassift El Marsa | 500 | 03H 78A 13 Ca |
| | | 02 | El Djorf Dahabi | 600 | 02H 61A 64 Ca |
| | | 03 | 8 MAI 1945 | 500 | 02H 71A 96 Ca |
| | | 04 | Agrioun | 1000 | 07H 91A 85 Ca |
| | Souk El Tenine | 05 | Ighzer Leblat | 600 | 03H 14A 87 Ca |
| | | 06 | Souk El Tenine | 900 | 04H 32A 06 Ca |
| | | 07 | Lota Plage | 600 | 07H 27A 56 Ca |
| | | 08 | Ennouar | 600 | 02H 81A 74 Ca |
| | | 09 | Ighil hseine | 700 | 06H 90A 11 Ca |
| Aokas | Aokas | 09 | Sidi Rihane | 800 | 02H 83A 84 Ca |
| | | 10 | Oued Tabellout | 900 | 04H 83A 24 Ca |
| | | 11 | Aokas Centre | 700 | 02H 29A 81 Ca |
| | | 12 | Oued Zitouna | 600 | 06H 44A 64 Ca |
| | | 13 | Oued Djemaa | 100 | 04H 83A 67 Ca |
| | | 14 | Acherit | | 09H 49A 00 Ca |
| Tichy | Tichy | 15 | Taghzouyth | 800 | 08H 73A 19 Ca |
| | | 16 | Cité Ben Saïd | 600 | 03H 01A 54 Ca |
| | | 17 | Tichy Centre | 1200 | 08H 02A 78 Ca |
| | | 18 | Tichy Stade | 850 | 05H 08A 38 Ca |
| | | 19 | Les Hammadites | 900 | 06H 72A 06 Ca |
| | Boukhelifa | 20 | Oued Afalou | 800 | 06H 15A 19 Ca |
| | | 22 | El Djabia | 600 | 02H 65A 50 Ca |
| | | 23 | Acherchour | 1000 | 07H 68A 81 Ca |
| | | 24 | El Meghra | 1100 | 04H 58A 77 Ca |
| | | 25 | Oued Djoua | 1200 | 04H 46A 92 Ca |
| Bejaia | Bejaia | 26 | Les Aiguades | 200 | 00H 01A 79 Ca |
| | | 27 | Boulimat | 1200 | 04H 46A 29 Ca |
| | | 28 | Saket | 1200 | 04H 46A 29 Ca |
| El Kseur | Toudja | 29 | Timridjine | 800 | 02H 23A 51 Ca |
| | | 30 | Tardemt | 800 | 04H 29A 69 Ca |
| | | 31 | Tighremt (oued Mereid) | 400 | 01H 00A 00 Ca |
| | | 32 | Oued daas | 1200 | 04H 89A 95 Ca |
| Adekar | Béni Ksila | 33 | Ait Mendil | 1000 | 11H 36A 31 Ca |
| | | 34* | Azaghar | 1000 | 07H 36A 00 Ca |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

Annexe N°02 : Tableau représentant les sources thermales de la wilaya de Bejaia

| Designation de La source | Commune | Débit | Températures | Caractéristiques Thérapeutiques |
|---------------------------------|-----------------|------------------|---------------------|--|
| Sidi Yahia L'Aidli | Bouhamza | 2 L/S | 35° à 45° | -Rhumatisme - Maladies respiratoires -Affections neurologiques |
| Sillal | Tifra | 6 à 8 L/S | 40° à 45° | - Maladies respiratoires. |
| Kiria | Adekar | 1,6 L/S | 42° | -Maladies inflammatoires des veines - Inflammation chronique des voies urinaires, foie et intestins |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

Annexe N°03 : Les arrivés au Bejaia

| année | Arrivée nationaux | Nuitée nationaux | Arrivée étrangers | Nuitée étrangers | Emploi | |
|--------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------|--------------------|
| | | | | | permanents | Saisonniers |
| 2015 | 210 570 | 296 318 | 7 760 | 21 702 | 738 | 126 |
| 2016 | 211 986 | 324 471 | 11 580 | 28 564 | 1033 | 228 |
| 2017 | 196251 | 276058 | 15012 | 37199 | 968 | 196 |
| 2018 | 202639 | 284339 | 13908 | 28365 | 938 | 146 |
| 2019 | 184355 | 257293 | 11665 | 25015 | 1080 | 129 |
| 2020 | 8438 | 123587 | 1967 | 4239 | 802 | 130 |
| 2021 | 142122 | 222313 | 951 | 2686 | 912 | 125 |
| 2022 | 182754 | 277305 | 7480 | 14372 | 1128 | 175 |
| 2023 | 196449 | 285979 | 8886 | 21939 | 1100 | 133 |

Source : Direction de tourisme et de l'artisanat de Bejaia, 2024

Annexe 04 : Questionnaire adressé aux entreprises touristiques (Hôtels, Agences touristiques) et Associations touristiques

1 Informations générales

1-1 Forme de l'entreprise :

- Hôtel touristique
- Agence touristique
- Association touristique
- Autre (précisez) _____

1-2 Emplacement de l'entreprise :

- Centre-ville
- Bord de mer
- Zone rurale/montagneuse
- Autre (précisez) _____

1-3 Année de fondation de l'entreprise :

- Moins de 5 ans
- 5-10 ans
- Plus de 10 ans

2 Profil de la Clientèle

2-1 Proportion de clients nationaux par rapport aux clients internationaux :

- Principalement nationaux
- Principalement internationaux
- Équilibre entre nationaux et internationaux
- Principaux pays d'origine des clients internationaux : _____

2-2 Principaux motifs de voyage des clients :

- Loisirs/vacances

- Affaires
- Événements spéciaux (mariages, conférences, etc.)
- Autre (précisez) _____

3 Services et Offres

3-1 Types de services proposés aux clients :

- Hébergement
- Restauration
- Activités touristiques (excursions, visites guidées, etc.)
- Transport
- Autre (précisez) _____

3-2 Principaux sites touristiques ou attractions recommandés par votre organisme :

- Plages
- Sites historiques/archéologiques
- Parcs naturels
- Autre (précisez) _____

3-3 Gestion des saisons touristiques :

Comment les entrepreneurs touristiques à Bejaïa gèrent-ils les fluctuations saisonnières de la demande ?

.....

- Quelles sont les stratégies les plus investies pour attirer les touristes pendant les saisons creuses ?

.....

•Collaboration avec d'autres entreprises ou prestataires de services touristiques :

- Oui
- Non

4 Expérience Client

4-1 Âge moyen des clients :

- Moins de 25 ans
- 25-40 ans
- 40-60 ans
- Plus de 60 ans

4-2 Évaluation de l'expérience globale des clients :

- Excellente
- Bonne
- Moyenne
- Insatisfaisante

4-3 Aspects les plus appréciés par les clients :

- Qualité des services
- Confort des installations
- Amabilité du personnel
- Autre (précisez) _____

4-4 Aspects à améliorer pour une meilleure expérience client :

- Formation du personnel
- Amélioration des infrastructures
- Diversification des offres
- Autre (précisez) _____

5 Défis et Opportunités

5-1 Principaux défis rencontrés dans le développement de l'activité touristique :

- Concurrence accrue
- Saisonnalité des affaires
- Réglementations bureaucratiques
- Manque d'infrastructures touristiques
- Autre (précisez) _____

5-2 Les entreprises touristiques :

- Quelles ont été vos principales réussites dans vos secteurs ?

.....

.....

.....

5-3 Opportunités pour développer ou améliorer l'entreprise touristique :

- Expansion géographique
- Diversification des offres
- Collaboration avec d'autres acteurs du tourisme
- Autre (précisez) _____

5-4 Facteurs influençant la décision des touristes de visiter la wilaya de Bejaia :

- Paysages naturels
- Patrimoine culturel/historique
- Activités de loisirs
- Autre (précisez) _____

5-5 Besoin en formation

- Pensez vous qu'il existe un besoin de programme de formation spécifiques pour les entrepreneurs touristique a Béjaïa ?
 - oui
 - Non
 - Si oui , quels sujets devraient être abordés dans ces programmes de formation.

.....

5-6 L'utilisation de la technologie :

- Dans quelle mesure les entreprises touristiques a Bejaïa utilisent-elles la technologie pour promouvoir leurs services et interagir avec les clients ?

.....

.....

.....

6 Impact Economique et Environnemental et perspectives:

6-1 Initiatives prises pour minimiser l'impact environnemental de l'activité touristique :

- Utilisation de sources d'énergie renouvelable
- Politique de réduction des déchets
- Sensibilisation des clients à la protection de l'environnement
- Autre (précisez) _____

6-2 Évolution prévue du tourisme dans la wilaya de Bejaia dans les prochaines années :

- Croissance significative
- Stagnation
- Déclin

6-3 Projets ou objectifs à court et à long terme pour l'entreprise touristique :

- Expansion des activités
- Amélioration des infrastructures
- Renforcement de la présence en ligne
- Autre (précisez) _____

7 Informations complémentaires

- Comment les entreprises touristiques aBejaïa se promeuvent-elles et commercialisent – elles leurs services ?

.....
.....
.....

Citez quelques stratégies plus efficaces pour attirer les touristes vers la région de Béjaïa ?

.....
.....
.....

- Quelles sont vos recommandations pour promouvoir le tourisme durable dans la wilaya de Bejaia

Annexe N°05 : Questionnaire adressé aux touristes afin d'évaluer leur perception touristique de la wilaya de Bejaia

1-Profil du répondant

1-1 Clients Potentiels :

- Quel est votre âge ?
 - Moins de 18 ans
 - 18-25 ans
 - 26-35 ans
 - 36-50 ans
 - Plus de 50 ans

2-Expérience touristique

2-1 Combien de fois visitez-vous la wilaya de Bejaia par an ?

- Jamais
- 1-2 fois
- 3-5 fois
- Plus de 5 fois

2-2 Quels types d'activités touristiques avez-vous déjà réalisées à Bejaia ? (Sélectionnez toutes les réponses qui s'appliquent)

- Visites culturelles (musées, sites historiques, etc.)
- Activités de plein air (randonnée, plage, etc.)
- Gastronomie locale
- Shopping artisanal
- Événements culturels ou festivals

2-3 Quels sont les critères les plus importants pour vous lors du choix des services touristiques (hôtels, restaurants, agences de voyage, etc.) à Bejaia ?

- Prix
- Qualité
- Emplacement
- Commodités offertes
- Autre _____

2-4 Qu'est-ce qui vous inciterait à visiter Bejaia plus fréquemment ou à prolonger votre séjour ?

- Offres spéciales/promotions
- Nouveaux types d'activités touristiques
- Amélioration de l'infrastructure touristique
- Autre _____

2-5 Avez-vous déjà impliqué dans une entreprise touristique à Bejaia ?

- Oui
- non
- Si oui, depuis combien ?
- Si non, seriez-vous intéressé à l'avenir ?
 - Oui
 - Non

3- Connaissance du secteur touristique de Bejaia :

3-1 Quelles sont les places touristiques que vous connaissez de la région de Bejaïa ?

.....
.....

3-2 A vos avis quels types d'activités touristiques sont les plus populaires à Bejaïa ?

.....
.....

3-3 Quels sont selon vous les principaux atouts touristiques de la wilaya de Béjaïa ?

- Le Parc National de Gouraya
- Le Fort de Gouraya
- Plage de Tichy
- La randonnée dans le Parc national de Gouraya
- Cap Carbon
- Les Cascades
- La Soummam
- Forêt de l'Akfadou

4- Perception de l'entrepreneuriat touristique

1-Sur une échelle de 1 à 5, à quel point trouvez-vous que l'offre touristique de la wilaya de Bejaia répond à vos attentes en termes de qualité et de variété ?

- 1 (Pas du tout satisfait) à 5 (Très satisfait)

5- Soutien à l'entrepreneuriat touristique

1 Seriez-vous disposé à soutenir les petites entreprises touristiques locales (hôtels, restaurants, agences de voyage, etc.) à Bejaia ?

- Oui
- Non
- Peut-être

6- Suggestions et Commentaires

6-1 Avez-vous des suggestions pour améliorer l'offre touristique de la wilaya de Bejaia ?

- Oui
- Non

6-2 Avez-vous d'autres commentaires ou observations que vous aimeriez partager concernant le tourisme dans la région .

Résumé

Ce mémoire explore l'entrepreneuriat touristique dans la wilaya de Bejaia, en Algérie, en examinant les réalités et obstacles du secteur. En analysant l'importance de l'entrepreneuriat pour le développement économique, l'évolution historique du tourisme et les initiatives d'investissement, l'étude met en lumière les atouts naturels et culturels de Bejaia. Elle propose

des solutions pour surmonter les défis rencontrés par les entrepreneurs locaux.

Mots clés : entrepreneuriat touristique, obstacles, développement économique, investissement, atouts naturels, culturels.

En anglais:

This dissertation explores tourism entrepreneurship in the wilaya of Bejaia, Algeria, by examining the realities and obstacles of the sector. By analyzing the importance of entrepreneurship for economic development, the historical evolution of tourism and investment initiatives, the study highlights Bejaia's natural and cultural assets. It offers solutions to overcome the challenges faced by local entrepreneurs.

Key words : tourism entrepreneurship, obstacles, economic development, investment, natural, cultural assets.

باللغة العربية

تستكشف هذه الأطروحة ريادة الأعمال السياحية في ولاية بجاية، الجزائر، من خلال دراسة واقع القطاع ومعوقاته. ومن خلال تحليل أهمية ريادة الأعمال للتنمية الاقتصادية، والتطور التاريخي للمبادرات السياحية والاستثمارية، تسلط الدراسة الضوء على الأصول الطبيعية والثقافية التي تتمتع بها بجاية. ويقدم حلولاً للتغلب على التحديات التي يواجهها رواد الأعمال المحليون.

الكلمات المفتاحية: الريادة السياحية، المعوقات، التنمية الاقتصادية، الاستثمار، الأصول الطبيعية، الثقافية