



Université d'Oran 2

Faculté des sciences de la terre et de l'univers

Département de géographie et aménagement du territoire

Mémoire

Pour l'obtention du diplôme de Master 2

En géographie et Aménagement du territoire

Spécialité : Géomatique

**La contribution à la promotion touristique en
exploitant les (SIG)**

Cas d'étude Wilaya de Relizane

Présentée par :

Benchaa Asma

Devant le jury composé de :

M.Brahmi Abdelrezak

Maitre assistant A

Examineur

M.Allal Nadir El Ouassini

Maitre assistant A

Président

Mme.Sidi Ykhlef Soraya

Maitre de recherche.B

Rapporteur

Année 2022/2023

Remerciements

La réalisation de ce mémoire a été possible grâce au concours de plusieurs personnes à qui je voudrais témoigner toute ma gratitude.

Je voudrais tout d'abord adresser toute ma reconnaissance à la directrice de ce mémoire, Madame Soraya Sidi Ykhlef, pour sa patience, sa disponibilité et surtout ses judicieux conseils, qui ont contribué à alimenter ma réflexion.

Je voudrais également remercier les membres du jury pour avoir accepté d'évaluer ce travail et pour toutes leurs remarques et critiques, ainsi que le personnel et les enseignants.

Merci à vous tous

Dédicace

À la plus belle créature que Dieu a créée sur terre ,,,

À cet source de tendresse, de patience et de générosité,,

À ma mère !

À mon père qui a toujours était à mes cotés

A ma chère sœur : Rania

Et à toute ma famille et à tous ceux qui, , m'ont donné la force de continuer

Sommaire

Listes des Figures.....	07
Listes des Tableaux	09
Listes des abréviations.....	10
Introduction générale.....	11
Problématique	12
Motifs de choix /Intérêt du sujet.....	14
Chapitre I :Aperçu générale sur le tourisme dans le monde	15
Introduction	16
I – Principe de base du tourisme.....	17
1 - définition du tourisme.....	17
1.1- La définition technique	17
1-2- Définition économique	17
1.3- Définition holistique	18
1.4- Le tourisme selon Hunziker et Krapf (1942)	18
1.5- Le tourisme selon le géographe rémy Knafou (1997)	18
2- Définition du touriste.....	19
3 –Les différentes formes du tourisme	21
3.1- Le tourisme bleu.....	21
3.2-Le tourisme vert.....	21
3.3- Tourisme de santé	21
3.4-Le tourisme durable	21
3.5- Le tourisme rural	21

II –Le tourisme dans le monde	22
II.1- Tourisme, un survol historique	22
II.1.1- L'époque romaine.....	22
II.1.2- L'époque médiévale	23
II.1.3- L'ère de la renaissance et le voyage mercantile	24
II.1.4- Naissance du concept travail/loisir	24
II.2 L'évolution du tourisme dans le monde.....	25
II.3-Planificaton du tourisme à long terme.....	26
II.4-Les flux touristiques dans le monde.....	27
II.5-Les foyers émetteurs des touristes dans le monde	27
III - Principes de base sur la promotion du tourisme.....	30
III.1- définition de promotion du tourisme	30
III.2- La promotion (publicité, communication, promotion des ventes, relations Publique.....	31
III.3- Les caractéristique de la promotion touristique.....	31
III.4- Les composantes de promotion touristique.....	32
III.5- Le rôle de la promotion touristique	32
III.6- Les axes de la promotion touristique	32
Conclusion.....	33
Chapitre II : Le tourisme en Algérie.....	34
Introduction.....	35
I. Le tourisme en Algérie	36
.1- Aperçu historique sur le tourisme en Algérie.....	36
I.1.1- Avant l'indépendance	37
I.1.2- Après l'indépendance (1962- 1966).....	37

I.1.3- Durant les années 1970	38
I.1.4- La transition vers l'économie de marché, après 1990	38
I.2-Le potentiel touristique en Algérie.....	38
I.2.1- Gisement naturel	38
I.2.2- Le Thermalisme	39
I.2.3- Gisement culturel	39
I.2.4- L'Artisanat	40
I.2.5- Les parcs nationaux touristique.....	40
I.2.6- Infrastructures de Transport	45
I.3-Les points forts de l'offre touristique algérienne	46
I.3.1- Le SDAT, le projet phare du lancement touristique.....	46
I.3.2- Le diagnostic : audit du tourisme algérien.....	48
I.3.3- Le plan stratégique ; les 5 dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires.....	48
I.3.4- Les sept POT (Pôles Touristiques d'Excellence).....	49
I.3.5- La mise en œuvre du SDAT 2025, le plan opérationnel.....	49
I.3.6- Les projets prioritaires touristiques.....	50
Conclusion.....	54
Chapitre III :Les potentialités touristique de la wilaya de relizane....	55
Introduction.....	56
I. Présentation de la Wilaya de Relizane	57
I.1-Situation géographique et délimitation.....	57
I.3- Caractéristiques naturelles et conditions climatiques	60
I.4- Organisation administrative.....	61
I.5- Population de la wilaya	63

I.6- Les infrastructures de base existantes.....	66
II. Les potentialités touristiques	68
II.1-Les infrastructures touristiques.....	68
II.2- Les sites historiques.....	69
II.3- Les sites religieux.....	74
II.4-Tourisme de bains minéraux.....	76
II.5- ARTISANAT	79
II.6-Les festivals locaux.....	83
III- 1. Perspectives et opportunités de développement.....	85
III- 2. Les contraintes au développement.....	86
Conclusion.....	87
Chapitre IV :Résultats et discussion : l'étude des sites touristiques dans la région de Relizane.....	88
I. Utilité d'un SIG pour l'évaluation d'un territoire touristique	89
Conclusion.....	94
Conclusion générale.....	95
Références Bibliographiques.....	96

Liste des figures

Figure (1) : La classification des voyageurs selon l'Organisation mondiale du tourisme.

Figure(02) : Parc national du Djurdjura, Algérie

Figure(03): Parc National de THENIET EL – HAD:

Figure(04): Parc National de CHREA:

Figure(05): Parc national de TASSILI

Figure(06): Parc National d'El KALA

Figure (07) : Carte de localisation de la wilaya de Relizane

Figure (08) : Carte des limites de la wilaya de Relizane

Figure (09) : Carte du découpage administratif de la wilaya de Relizane

Figure (10) : Carte de la répartition de la population par dispersion

Figure (11) : Carte du réseau routier de la wilaya de Relizane

Figure(12-13-14): Le monument de Kalaa Béni Rached

Figure(15-16): Ruines de Kaoua:

Figure(17): El-MEDRASSA

Figure(18): « Masjid El Aatik » de Ammi Moussa

Figure (19) : Hammam Mentila

Figure (20) : Piscine Tamda

Figure (21) : panier en osier (panier de doum)

Figure (22) : vaisselle de poterie

Figure (23-24) : tapis traditionnelles

Figure (25) : la représentation cartographique de la wilaya de Relizane

Figure (26 et 27) : utilisation de google my maps pour déterminer les sites touristiques

Figure (28) : désignation des zones sur qgis

Figure (29) : La symbologie des zones touristiques

Figure (30) : carte de potentialités touristiques

Listes des tableaux

Tableau (01): L'évolution des nombres de touristes dans le monde.

Tableau (02) : Evolution des arrivées internationales dans les principales destinations.

Tableau (03) : Les villages touristiques du SDAT 2025 .

Tableau (04):Parcs écologiques et touristiques .

Tableau (05) : Répartition de la population par commune.

Tableau (06): Réseau routier de la wilaya de Relizane.

Tableau (07): Les pacs d'hôtellerie de wilaya de Relizane.

Tableau (08): les agences de voyages de wilaya de relizane .

Listes des abréviations

Sig : système d'information géographique

OMT :organisation mondiale du tourisme

SDAT : schéma directeur d'aménagement touristique.

PATW : Plan d'Aménagement de la Wilaya

DBSB : Direction de la Programmation et du Suivi Budgétaires

Introduction générale :

Le tourisme, activité humaine, est la réponse qui satisfait la personne et ses valeurs, la société et ses objectifs, l'Etat et ses ambitions budgétaires. Cette activité humaine s'est institutionnalisée au fil des générations depuis son émergence au 19^e siècle, passant d'un besoin individuel partagé d'une classe sociale (l'aristocratie anglaise) à un besoin suscité, orienté, cultivé, démocratisé. Tout cela explique l'intérêt grandissant des petites et grandes entreprises, des Etats, pour cette source de revenus non négligeable.

D'après l'O.M.T. les voyages internationaux se situent à la troisième place dans le classement des « GRANDS » secteurs du commerce mondial. Le chiffre d'affaires du tourisme n'est précédé que par ceux des industries de pétrole et de l'automobile. Mais aujourd'hui le tourisme représente la première industrie de service dans le monde. Bref, c'est l'or blanc du troisième millénaire. Il favorise l'ouverture des grands chantiers d'avenir d'une nation.

L'étude de la géographie a vu une tendance récente vers le tourisme, qui est devenu de plus en plus important en tant que source de revenu national, en particulier dans les pays qui possèdent diverses ressources naturelles et humaines. L'importance de cette tendance a donné naissance à tout un champ d'étude consacré au tourisme et à ses composantes, inextricablement liées à l'environnement naturel et humain. L'environnement naturel constitue la base du tourisme, de nombreux facteurs tels que le terrain, le climat, l'emplacement, l'eau, la fertilité des sols et la biodiversité contribuant aux caractéristiques d'une zone touristique. Pendant ce temps, l'environnement humain est également une considération importante, avec des éléments tels que les sites religieux, historiques et archéologiques.

Par conséquent, le tourisme se concentre sur l'étude des éléments liés à l'environnement naturel, à l'environnement humain et à d'autres éléments des attractions touristiques. Il étudie également les flux touristiques, la répartition géographique, les causes et les effets.

Et en Algérie, nous constatons que le secteur du tourisme n'a pas encore atteint le niveau qui garantit l'atteinte des objectifs souhaités de sa part, et ses réalisations restent limitées par rapport aux pays voisins, malgré la possession par l'Algérie d'ingrédients uniques qui peuvent en faire une destination touristique.

En guise de manifestation concrète, l'État a formulé une stratégie de développement touristique durable jusqu'en 2025 en élaborant un schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT 2025), car il constitue le cadre de référence stratégique de la politique touristique de l'Algérie. Un débat national, régional et local qui réunit divers acteurs et hommes d'affaires de l'industrie touristique. La wilaya de Relizane est l'un des pôles touristiques identifiés dans le plan pour l'élever au rang de destination privilégiée des états de l'intérieur.

Problématique :

Le tourisme est considéré comme un facteur de progrès économique , le développement du tourisme permet d'identifier la civilisation, l'histoire, les coutumes et les traditions des pays, entretenant ainsi les relations entre les peuples des différents pays. Depuis l'indépendance, l'État algérien a valorisé ce secteur en raison de son grand potentiel touristique et de sa contribution au revenu national.

La wilaya de Relizane, que nous étudions actuellement, regorge de potentialités touristiques nombreux et diversifiés grâce à sa situation stratégique, qui bénéficie de repères naturels et archéologiques, en plus de son patrimoine ancien en termes d'industries traditionnelles et de pratiques religieuses. Pour approfondir ce sujet, nous avons posé les questions suivantes :

- Quelles sont les potentialités touristique de la Wilaya de Relizane ?
- Dans quelle mesure les manifestations religieuses et culturelles affectent elles le secteur du tourisme ?
- Comment les Sig contribuent dans la promotion touristique ?

Motifs de choix :

Les raisons du choix du sujet sont les suivantes :

- La wilaya de Relizane a une composante touristique importante.
- Manque de recherche liée aux sujets touristiques dans l'État.
- La nouvelle orientation de la politique nationale en Algérie commence à se concentrer sur le tourisme.

Intérêt du sujet:

- Mettre en valeur le potentiel touristique de la Wilaya.
- Déterminer et diagnostiquer la répartition géographique de ces constituants au niveau de Wilaya.
- Connaître l'étendue de l'exploitation des potentiels touristiques de la Wilaya.

Chapitre I :
Aperçu général sur le
tourisme dans le monde

Introduction :

Le tourisme joue un rôle important dans le développement économique de nombreux pays dans le monde car il génère de nombreux revenus directs et est facile à installer et à investir. Mais avant de comprendre l'importance des activités touristiques dans le monde, il est nécessaire de comprendre ce qu'est le tourisme et de définir ses types, et en raison de la nature de notre spécialisation, nous aborderons également la planification touristique en tant qu'acteur du développement touristique et les technologies utilisées, puis nous aborderons de plus près le tourisme global et le tourisme en Méditerranée, jusqu'au tourisme en Algérie comme point de départ. Vers le tourisme dans l'Etat de Relizane.

I – Principe de base du tourisme :

1 - définition du tourisme :

Le mot « Tourisme » est un dérivé du mot anglais « Tourism ». Celui-ci est lui-même issu de la fusion de deux mots : « Tour » qui en ancien français signifiait un circuit en boucle fermée ainsi que du mot « Ism » qui est un suffixe provenant lui-même du latin « Ismus », la définition historique pourrait au vue de l'étymologie se traduire par un voyage.

Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), « le tourisme comprend les activités déployées par les personnes au cours de leurs voyages et de leurs séjours dans des lieux situés en dehors de leur environnement habituel pour une période consécutive qui ne dépasse pas une année, à des fins de loisirs, pour affaires et autres motifs». [1]

La définition, diffère d'un auteur à l'autre et d'un pays à un autre. Et depuis, que le terme « Touring » est apparu en Angleterre en 1811, de nombreuses définitions ont été élaborées.

Leiper en 1979, à partir des différentes définitions qui existent, en a dégagé 3 approches : économique technique et holistique.

1.1- La définition technique :

Plusieurs organismes, tels que l'AIEST, la SDN, l'IUOT et l'OMT ont défini le tourisme et chacune complète la définition de l'autre, et la définition qui a été adoptée est : « les activités déployées par les personnes au cours de leur séjour 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, affaires ou autres motifs ». [2]

1-2- Définition économique :

Ce sont celles qui nous aident à élaborer les comptes satellites de la balance touristique. comme synthèse, il n'y a aucune cohérence d'un pays à un autre, selon l'approche technique du tourisme, chacun intègre les variables qui lui correspondent.

1.3- Définition holistique :

MacCannell, affirme que le tourisme n'est qu'un mécanisme purement culturel et d'imitation, vue qu'à travers l'histoire, le tourisme n'avait cerné que les classes bourgeoises, mais avec l'avènement du travail salarié, puis l'obligation d'avoir du temps libre, les gens commencent à s'interroger sur le fait de découvrir la nature et des lieux hors leur habitation habituelle. [3]

1.4- Le tourisme selon Hunziker et Krapf (1942) :

Le tourisme est la « somme des relations et des phénomènes découlant du voyage et du séjour des non-résidents, dans la mesure où ils ne conduisent pas à la résidence permanente et ne sont pas liés à une activité de gain ».

1.5- Le tourisme selon le géographe rémy Knafou (1997) :

,un changement de place, Le tourisme est un déplacement, c'est-à-dire un changement d'habiter : le touriste quitte temporairement son lieu de vie pour un ou des lieux situés hors de la sphère de sa vie quotidienne . Le déplacement opère une discontinuité qui permet un autre mode d'habiter.

A l'origine, la notion de tourisme évoquait les loisirs, les bienfaits sur la santé (grâce notamment au tourisme dans les stations balnéaires de la côte Normande lors du XXème siècle). D'ailleurs, il n'est pas rare d'entendre encore de nos jours des rapprochements erronés qui insinuent que tourisme est synonyme de loisir. Toutefois, cette vision d'association entre les notions de tourisme, loisir et santé a évolué au fil des années du fait notamment de la place de plus en plus prépondérante qu'a pris l'aspect économique dans la société contemporaine..

Le tourisme est une activité particulièrement ancienne qui remonte à de nombreux siècles en arrière mais qui a connu notamment au cours du XXème siècle, une véritable expansion. Devenu une industrie à part entière dotée d'une croissance exponentielle, le secteur touristique est aujourd'hui pourvoyeur de nombreux emplois à travers le monde et plaque tournante d'une véritable économie. [4]

2- Définition du touriste:

L'organisation mondiale du tourisme définit le touriste comme suit : "toute personne qui se rend dans un pays (tourisme international) ou dans un lieu situé dans son pays de résidence (tourisme interne) mais autre que celui correspondant à son environnement habituel et dont le motif principal de visiter".[5]

Puisqu'il n'y a pas d'accord complet sur la signification du terme tourisme, il n'y a pas non plus d'accord complet sur la définition d'un touriste, selon les Nations Unies, « est une personne qui se déplace entre deux ou plusieurs pays ou lieux du pays de résidence généralement.

Depuis 1963, les statistiques de L'OMT comprennent les définitions suivantes:

Le visiteur : toute personne qui se rend dans un pays autre que celui -

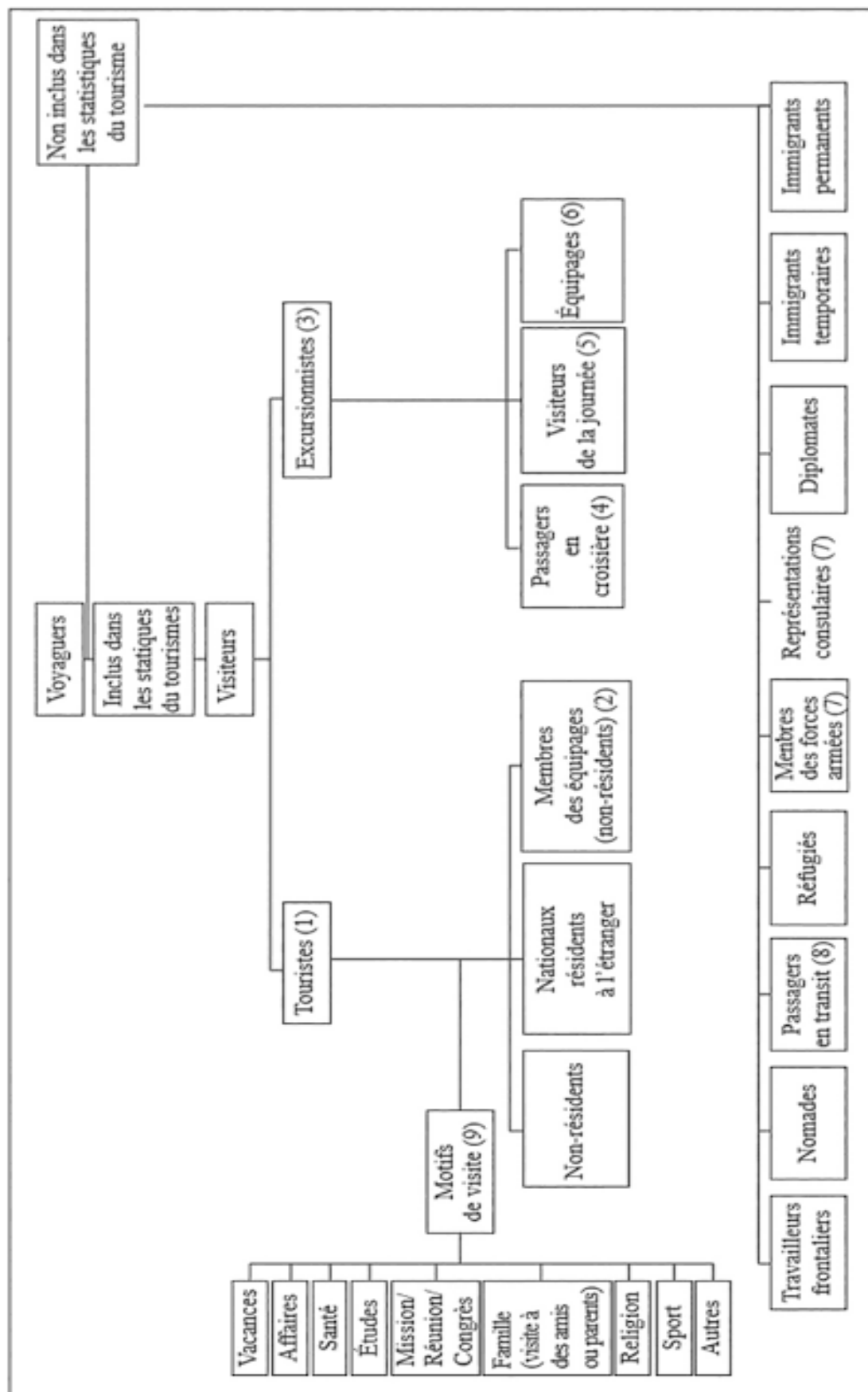
ou elle réside, pour toute raison que celle d'y exercer une profession rémunérée, il existe deux catégories de visiteur.

- Les touristes: visiteur temporaire, séjournant au moins 24 heures dans le pays visité (donnant lieu à une nuitée dans un moyen d'hébergement du pays) et dont les motifs du voyage peuvent être groupés en .loisirs-affaires- Famille.

Les excursionnistes : (les visiteurs de la journée) visiteur dont séjour ne -

dépasse pas 24 heures ou il ne dépasse pas la nuit dans un moyen d'hébergement collectif ou privé.

Figure (1) : La classification des voyageurs selon l'Organisation mondiale du tourisme.



Source : Gérard Guibilato, Économie touristique, Delta & spés / Denges, 1983

3 –Les différentes formes du tourisme :

Il existe plusieurs formes de tourisme, nous citons entre autre:

3.1- Le tourisme bleu : ce terme est utilisé pour regrouper trois différentes formes de tourisms, ayant pour destination les vacances au bord de la mer .

3.2-Le tourisme vert : ce type de tourisme, s'intéressé à l'écologie, la nature et la ruralité et prend son essor en 1990.

Les TIES, définissent le tourisme vert comme étant : « un voyage responsable, dans les espaces naturels qui préserve l'environnement et le bien-être des populations sociales ». [6]

3.3- Tourisme de santé : c'est un concept novateur, basé sur le thermalisme et loisirs sains. Ce genre de services sont offerts par :

- Les stations balnéaires,
- Les spas,
- Les thermes, etc.

Les touristes choisissent ces endroits afin de bénéficier d'activités saines pour le corps et l'esprit.

3.4-Le tourisme durable : c'est un tourisme qui doit être soutenable à long terme sur le plan écologique, rentable sur le plan économique et socialement responsable à l'égard des populations locales. C'est un tourisme qui tend à Exploiter de façon optimale les ressources de l'environnement, de manière à satisfaire les besoins des populations locales en revenus tout en réduisant ou en évitant les dégâts sur la biodiversité.

3.5- Le tourisme rural : ce type de tourisme inclut le fait de découvrir les produits et les services locaux, en pratiquant des activités telles que les randonnées, les visites du patrimoine local, des dégustations des produits du terroir, etc.

II –Le tourisme dans le monde :

II.1- Tourisme, un survol historique :

Historiquement, le tourisme a d'abord été une pratique culturelle avant de devenir un phénomène de masse et de revêtir d'importants enjeux économiques. Le « Grand Tour » désignait au XVIII^e siècle le voyage initiatique d'un an, à travers l'Europe, des jeunes aristocrates britanniques. L'étape italienne et l'art classique étaient obligatoires et, à leur retour, les jeunes hivernaient sur la Côte d'Azur avant de passer les Alpes, créant, par exemple dans la région niçoise, une véritable colonie britannique et une nouvelle économie (Résidences, services, routes...dont la bien-nommée Promenade des Anglais) aussi la ville (Chamonix),et la ville (Deauville) . Ces jeunes voyageaient pour découvrir l'Europe mais aussi pour faire du lobbying auprès des grands de ce monde qu'ils rencontraient, tel était le double objectif du tourisme pour cette petite élite. [7]

Dès la première moitié du XX^e siècle, juste avant la fin de la Seconde Guerre mondiale, l'activité touristique connaît un élargissement de la qualité de la classe sociale, puisqu'elle n'est plus réservée à la classe aisée, mais à une partie de la classe ouvrière. a été ajouté, en raison de l'émergence des congés payés.

Étudier les motivations des voyages sociaux passés nous aidera à mieux comprendre le phénomène des développements incroyables promis d'assurer le développement de plusieurs autres activités mérite d'être mentionné : transports, services, hôtellerie, etc. et entraîner d'énormes investissements. D'où vient ce concept de tourisme ? Nous ferons, dans ce qui suit, un survol historique pour repérer les origines du concept du tourisme et répondre ainsi à notre question.

II.1.1- L'époque romaine :

Si le tourisme évoque une notion particulièrement significative, apparue timidement au début du siècle dernier, le phénomène du touristique peut au contraire se targuer d'être aussi vieux que l'histoire de l'humanité. [8]

Primitivement, l'homme vivait en société et en relation étroite avec la nature et ne se déplaçait qu'en cas de péril de sa vie. Donc, c'était difficile de rêver d'évasion individuelle.

Surtout que la notion travail/loisir était méconnue et imposée par la nature, la religion et la tradition. Il ne faisait pas la différence entre les deux concepts.

. En Grèce Antique, la morale et la religion ont constitué un obstacle au développement de ce type de déplacement. Ce n'est qu'à l'ère de l'empire romain, que l'on commence à entrevoir les premiers déplacements en quête d'évasion. Car avec le développement de la laïcité, toutes les formes de plaisir se sont développées y compris celle de la mobilité. Les romains, pratiquaient ce que l'on appelait l'**otium**, qui selon Alain Corbin, indique un lieu choisi, réservé aux optimates oublieux pour un temps de la quête des magistratures, un fragment de vie privée que l'individu organise à sa guise en évitant, le double écueil de la paresse et de l'ennui, espace de détente qui autorise le jeu de l'intelligence, et au besoin, prépare l'action future. [9]

Et donc, c'est l'occupation du temps fondé sur la culture, au bord de la mer, où les gens hauts placés possédaient des villas pour y séjourner. Et quelques-uns avaient même le privilège de se rendre en Grèce et en Égypte. Mais il reste que, ce genre de déplacement n'était possible que pour les gens hauts placés et ayant de l'argent.

II.1.2- L'époque médiévale:

Avec l'invasion barbare, la sécurité et la richesse virent à manquer et les habitudes de voyage

Prirent fin à Rome. Durant la période médiévale, les motivations de voyage étaient principalement religieuses, politiques ou commerciales. Les migrations vers Saint-Jacques de Compostelle, la Mecque ou Jérusalem prennent souvent l'allure d'un déplacement guerrier au nom de valeurs étrangères à celle du loisir. Au moyen âge, se répand l'idée, que le salut de l'homme passe par le déplacement, que ce soit sous la forme de la croisade, du pèlerinage ou de la traversée du désert. [10]

L'esprit médiéval restera présent malgré les grandes découvertes qui ont marquées le 15^{ème} siècle, comme la grande expédition de Christophe Colomb en 1492. À cette époque, il existait du temps consacré à l'agrément qui prenait des formes autres que celles du déplacement, on cite alors, les différents types de divertissements guidés par la parole de Dieu. À la fin du moyen âge, il y' avait déjà séparation entre le temps de travail et celui du repos en utilisant les paroles divines, un temps vacant a été introduit dans l'emploi du temps des populations. Ce temps libre était consacré aux jeux plébéien, à banqueter dans les tavernes et festoyer lors des grands moments religieux.

II.1.3- L'ère de la renaissance et le voyage mercantile :

Avec la découverte du nouveau monde, l'éclosion de la renaissance et le développement de la pensée humaniste, apparaît directement une forme de déplacement culturel. La soif de découvrir, de rencontrer de nouvelles civilisations prend le dessus. Ils cherchent alors, à connaître les nouvelles coutumes, langues et modes de pensées différentes des leurs. À cette époque, les voyageurs écrivaient dans des récits et des journaux tous leurs voyages et c'est ainsi que se développa la littérature des itinéraires et sites.

À la fin de 16ème siècle, apparaissent les « artes peregrinandi », qui veut dire dans notre langage : « les guides touristiques ». Ils conseillent alors les étrangers sur les endroits à visiter dans leurs villes, les chemins à prendre, etc.

Durant cette période, le littoral et les montagnes faisaient objet d'éprouvante. Cela est dû au fait que tous les deux sont évoqués dans la bible comme signe de puissance divine qui ne peuvent être utilisés pour le plaisir personnel de s'évader et de voyager. Comme l'écrit Alain Cobain « jusque vers 1770, les souvenirs puisés dans la littérature antique et dans la lecture de la bible pèsent plus lourd sur l'imaginaire que les récits de voyages exotiques ». [11]

II.1.4- Naissance du concept travail/loisir :

Jusqu'au 18ème siècle, on ne mesurait pas le temps, il était considéré comme étant rempli d'imprévu et poreux. Il n'y avait pas de différence entre loisir et travail, et aucun fondement pour les dissocier. C'est avec la révolution industrielle, que les hommes commencent à calculer le temps et à lutter contre l'improductivité. Cela crée alors un nouveau modèle de vie structuré autour du couple travail/loisir.

Le travail salarié va occuper de manière croissante le temps de travail, jusqu'à réduire le temps libre, la reproduction de la force de travail prend le dessus. C'est à partir de ce développement excessif du temps de travail que les gens ont commencé à penser à soi, au repos et aux loisirs. Avec ces deux inventions : temps libre et temps de travail, le mot touriste prend un sens au 18ème siècle et ceci est le début de l'histoire moderne du secteur touristique, qui est le fruit de long siècle de développement de l'activité.

»Le travail est devenu central dans nos sociétés, il est perçu tout à la fois comme essence de l'homme, comme facteur de production, comme système lui

permettant la distribution des revenus, des statuts et de la protection et surtout comme support essentiel de la société ». [12]

II.2 -L'évolution du tourisme dans le monde :

Le tourisme international est marqué par trois grandes phases. Il commence à se développer dans les années 50. Jusque dans les années 80, le tourisme est en phase de démocratisation. Une période encouragée par une forte croissance économique et un meilleur niveau de vie. Les revenus augmentent et les travailleurs ont droit aux vacances (congrés payés).

Le progrès des transports favorise l'achat de voitures familiales pour les déplacements touristiques et l'avion devient un moyen de transport plus accessible et très utilisé à partir des années 70. Il permet ainsi le déplacement massif de touristes et rend plus accessible des régions du monde très éloignées qui n'étaient pas accessibles avant. C'est la phase de l'euphorie touristique. [13]

Depuis 1960, un nouveau type de tourisme, le tourisme social, a émergé en Europe, qui a touché un grand nombre de classes sociales et a permis à des familles aux revenus moyens de voyager à l'étranger. Et en raison de l'augmentation du nombre de touristes, le nombre de destinations touristiques qu'ils visitent a également augmenté, cette augmentation peut être mise en évidence dans le tableau ci-dessous:

Tableau (1): L'évolution des nombres de touristes dans le monde

Le nombre de touristes dans le monde en millions	L'année
25.00	1950
200.00	1975
455.90	1990
500.00	1993
550.4	1995
687.3	2000
702.6	2002
940	2010
1184 (environ 1.2 milliards)	2015

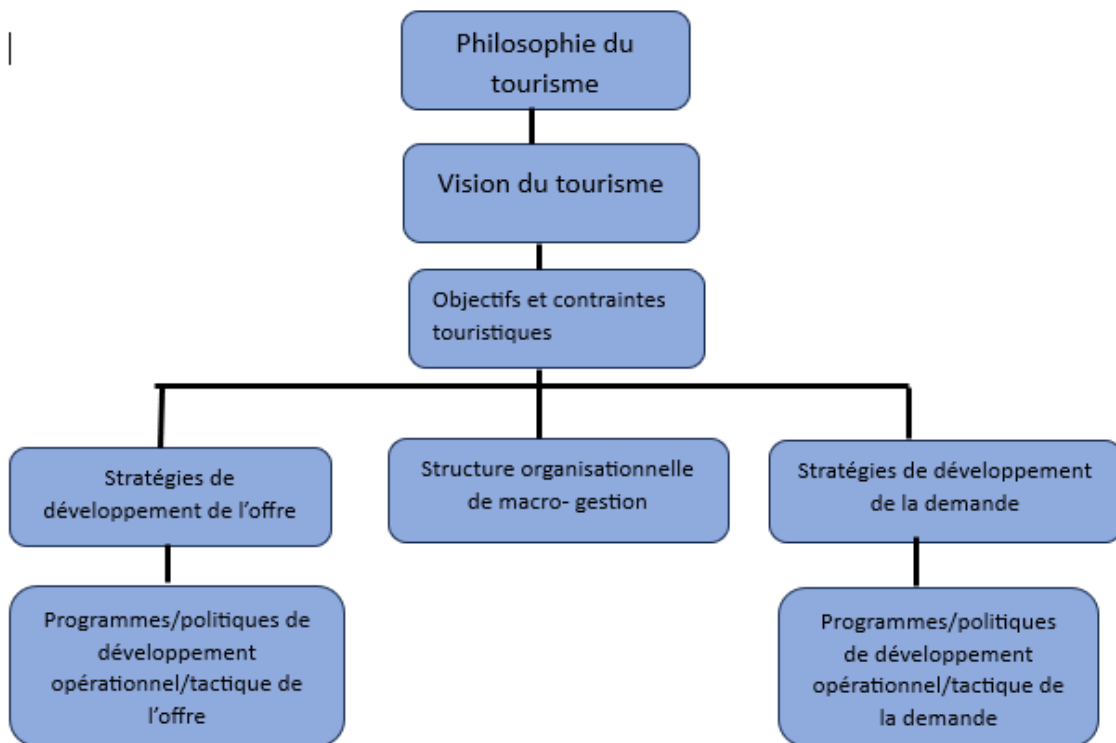
Source: l'organisation mondiale du tourisme (OMT).

II.3-Planificaton du tourisme à long terme:

À mesure que le tourisme prend de l'importance dans la planification économique nationale, il faut s'intéresser aux possibilités de développement à long terme. Une planification stratégique globale est indispensable pour l'avenir du secteur – en partie pour les raisons déjà évoquées dans le présent chapitre notamment la nécessité de conserver sa part de marché et son avantage concurrentiel en veillant à ce que les gains de productivité soit au moins aussi grands que dans les autres secteurs en croissance. Il appartient aux autorités nationales de piloter la planification stratégique du secteur touristique. L'élaboration d'une stratégie à long terme suppose l'adoption d'une vision claire. Le processus doit s'appuyer sur un dialogue ouvert avec toutes les parties prenantes, étant entendu que tous les ministères concernés ont leur mot à dire pour déboucher sur une intervention gouvernementale coordonnée.

Le processus d'élaboration d'une stratégie touristique se déroule généralement en plusieurs étapes comme l'illustre le graphique. [14]

Figure (2): Élaboration d'une stratégie gouvernementale du tourisme



Source : Goeldner et Ritchie (2003)

II.4-Les flux touristiques dans le monde:

La plupart des flux dans le monde se limitent à la forme d'un flux nord-nord, car les principaux bassins exportateurs et récepteurs de tourisme sont l'Europe occidentale et l'Amérique du Nord. Ces deux pôles rassemblent 75% du total des touristes au départ et 75% du total des touristes à l'arrivée. [15] Cela est dû aux raisons suivantes :

- Ces pays ont une population nombreuse et un niveau de vie élevé.
- Des salaires élevés, de longues vacances et la plupart d'entre eux sont payés.
- Ces pays disposent d'infrastructures touristiques nombreuses et appropriées.

II.5-Les foyers émetteurs des touristes dans le monde:

1)La prépondérance des pays développés:

On observe que les pays développés sont des pays émetteurs de touristes mais aussi des pays récepteurs. C'est le cas des Etats-Unis et de l'Union européenne premier pôle touristique mondial avec à sa tête la France première destination touristique au monde. En effet, les $\frac{3}{4}$ des touristes internationaux sont originaires des pays développés. Dans ces pays, le tourisme constitue l'un des secteurs les plus dynamiques et les plus créateurs d'emplois. En outre, c'est un instrument de développement régional et national.

L'approche régionale met en évidence le poids prépondérant de l'espace européen qui concentre 54,6% des flux internationaux. Avec 133,2 millions de touristes, les Amériques, et principalement l'Amérique du Nord, viennent en troisième position. Leur part relative n'est donc plus que de 16,6%.

L'importance de ces deux régions se diminue devant la progression du marché est-asiatique et pacifique qui, porté par une forte croissance économique, affiche la plus forte progression en particulier dans le nord-est asiatique où la croissance moyenne annuelle s'élève à 8,3 % sur la période 2000-2006 (la moyenne mondiale est de 3,6 % pour la même période). Un certain rééquilibrage s'opère donc depuis la dernière décennie au profit de l'Asie orientale.

2) Les trois grands foyers émetteurs du tourisme international

A- L'Europe

L'Europe constitue le premier foyer émetteur du tourisme international. A ce propos, en 1998, les Européens ont réalisé 3,2 milliards de nuitées à l'étranger au cours de 315 millions de séjours. Les grands pays émetteurs sont l'Allemagne, la Grande-Bretagne, la France, les Pays-Bas et l'Italie. Les principales destinations des touristes européens sont situées en Europe. Les flux transcontinentaux s'orientent ensuite vers les Etats-Unis, et plus précisément les métropoles nord-américaines telles New York, Los Angeles, et Miami

B- L'Amérique du Nord

Les données statistiques de l'OMT signalent que l'Amérique du nord, contenant deux grandes puissances économiques, constitue le deuxième foyer émetteur du tourisme international. En effet, l'organisation des flux nord-américains souligne les mêmes logiques spatiales: les destinations régionales priment. Sur les 53 millions de voyages à l'étranger effectués par les ressortissants des Etats-Unis en 1998, les deux tiers de ces séjours ont profité à leurs voisins américains et en premier lieu aux pays limitrophes (proches): 34% pour le Mexique et 25% pour le Canada. Cependant, une plus grande diffusion se dessine à travers le Monde: parmi les 20 premières destinations s'affichent 8 pays européens et 6 pays asiatiques, aux premiers rangs desquels des villes comme Paris, Londres, Tokyo, Hong Kong.

C- Le Japon

En Asie orientale, le Japon est le troisième foyer émetteur des touristes internationaux. Les touristes japonais privilégient les destinations asiatiques (45 %), notamment les plus proches comme la Chine, la Corée du Sud et Taïwan.

Les flux s'étendent ensuite à travers le Pacifique, vers les Etats-Unis qui constituent la destination privilégiée des Japonais (32%). Notons que les archipels américains d'Hawaï et des Mariannes du Nord sont particulièrement fréquentés. Plus au sud, l'Australie et la Nouvelle-Zélande reçoivent 6% des flux. Enfin, moins de 15% des touristes japonais choisissent des destinations européennes.

En résumé, il apparaît que les flux des principaux pays émetteurs se concentrent dans des espaces régionaux. Les voyages intercontinentaux occupent une place

réduite et se caractérisent largement par des échanges entre les grandes métropoles mondiales, par exemple de New York à Londres ou Tokyo, de Tokyo à Paris. [16]

Tableau (2) : Evolution des arrivées internationales dans les principales destinations

1950		1970		1990		2010		2015	
États-Unis		Italie		France		France		France	
Canada		Canada		États-Unis		États-Unis		États-Unis	
Italie	71%*	France	43%	Espagne	39%	Chine	31%	Espagne	28%
France		Espagne		Italie		Espagne		Chine	
Suisse		États-Unis		Autriche		Italie		Italie	
Irlande		Autriche		Mexique		Royaume-Uni		Turquie	
Autriche		Allemagne		Allemagne		Turquie		Allemagne	
Espagne	17%	Suisse	22%	Royaume-Uni	18%	Allemagne	14%	Royaume-Uni	15%
Allemagne		Yougoslavie		Canada		Malaisie		Mexique	
Royaume-Uni		Royaume-Uni		Chine		Mexique		Féd. de Russie	
Norvège		Hongrie		Grèce		Autriche		Thaïlande	
Argentine		Tchécoslovaquie		Portugal		Ukraine		Autriche	
Mexique	9%	Belgique	10%	Suisse	9%	Hong Kong	11%	Hong Kong	11%
Pays-Bas		Bulgarie		Yougoslavie		Russie		Malaisie	
Danemark		Roumanie		Malaisie		Canada		Grèce	
Autres	3%	Autres	25%	Autres	34%	Autres	44%	Autres	46%

Source: organisation mondiale du tourisme

III - Principes de base sur la promotion du tourisme:

III.1- définition de promotion du tourisme :

On appelle promotion : " l'ensemble des techniques qui provoquent une augmentation rapide mais provisoire des ventes par l'attribution d'un voyage avantage exceptionnel aux distributeurs et aux consommateurs d'un produit" .
[17]

La promotion est « un processus conçu pour informer les visiteurs potentiel sur les produits touristique proposés par un territoire donné, en faisant connaître ses offres les plus attractives et les plus originales (spécifiques) la promotion touristique s'exerce à tous les niveaux (local régional, national et international).
[18]

* La promotion touristique est un ensemble de technique qui s'exerce au profit de destination des clients nationaux ou internationaux.

III.2- La promotion (publicité, communication, promotion des ventes, relations Publique:

Cette section consiste à présenter le quatrième outil du marketing mix. Selon Goeldner, Ritchie, McIntosh (2000), la promotion, c'est le mix qui englobe la communication, la publicité la vente et les relations publiques. Une bonne stratégie de promotion fait la combinaison de ces éléments selon les besoins et les objectifs. Gunn (2002) distingue entre l'information et la promotion. La promotion a comme but d'attirer les touristes alors que l'information décrit et éduque de manière neutre et objective. L'information inclut ainsi les cartes géographiques, les guides touristiques, les vidéos, les articles dans les magazines, l'Internet, les documentaires, etc.

L'idée d'utiliser la promotion, et surtout sa composante publicité dans le secteur touristique n'est pas une nouveauté. Les offices du tourisme utilisaient la propagande, comme principal moyen de promotion pour leur destination. Schwarz (1976) définit celle-ci comme « toute action organisée en vue de répandre une opinion, une religion, une doctrine, etc. ». Il la distingue de la publicité, cette dernière définie par Esculier (1961), comme étant « .. . À la fois une science et un art, qui ont pour objectif commun de rendre public un message en le communiquant économiquement en masse, c'est-à-dire simultanément à des groupes susceptibles de fournir des clients)). On aperçoit la différence entre la propagande, qui communique une certaine image d'une destination et la

promotion, qui essaie de vendre le produit touristique. Ceci pousse à se questionner sur l'efficacité de l'un et de l'autre de ces deux moyens, et sur les avantages et les inconvénients qu'ils présentent. Le point de vue de Krippendorf(1971) est que l'industrie touristique est dominée par la composante promotion dans le marketing mix. Elle est dotée d'un rôle très important en comparaison aux autres instruments du marketing mix. De plus, elle est souvent utilisée indépendamment des autres composantes du marketing mix. Elle figure souvent comme élément indépendant. À cet effet, l'auteur condamne le rôle central de la composante de promotion dans l'industrie touristique. Il incite à considérer les autres éléments dans la décision relative aux efforts de la promotion. Ce constat n'est pas surprenant car c'est souvent le principal rôle du marketing mix qui soit à la portée des offices de tourisme régionaux et nationaux.

III.3- Les caractéristique de la promotion touristique:

La promotion touristique a plusieurs caractères qu'on peut distinguer : [19]

- la promotion correspond à une stratégie qui consiste à attirer le consommateur vers le produit.
- la promotion est limitée dans le temps et dans l'espace.
- elle s'exerce à tous les niveaux (local, régional, national, internationaux.)
- elle s'adresse directement au public pour déterminer les cibles.

La réussite de la promotion touristique est conditionnée par trois principes : [20]

- Continuité.
- Convergence.
- Coordination.

La promotion touristique peut s'adresser aux professionnels (distributeurs) et au grand public (consommateurs).

Les actions destinées aux professionnels peuvent s'agir de visite, de présentation des produits, de réunion, de participation aux manifestations professionnelles, des concours avec séjours gratuit,...

Toutes ces méthodes ont pour objectif de: [21]

- Gagner la fidélité du distributeur.

- Aider à pénétrer un nouveau canal de distribution.
- Répondre à des promotions concurrentes.
- Mettre en valeur l'image de marque.

III.4- Les composantes de promotion touristique :

La promotion du tourisme peut se faire de plusieurs manières, notamment :

Promotion personnelle : C'est-à-dire que la personne fait la promotion de son produit touristique ou du lieu où elle s'est établie sans avoir besoin d'aucune forme de publicité.

- Promotion via des agences de publicité ou des voyages prépayés.
- Promotion par relations publiques dans l'une des entreprises ou autres organismes qui travaillent dans un domaine autre que le tourisme.
- La promotion touristique se fait à travers certaines activités, directement ou indirectement.

III.5- Le rôle de la promotion touristique :

La promotion touristique a plusieurs rôles qu'on peut citer: [22]

- Provoquer le premier achat.
- Créer une habitude d'achat.
- Développer une nouvelle utilisation.
- Stimuler les indifférents.
- Mettre en valeur un point d'image de marque.
- Créer un événement.

III.6- Les axes de la promotion touristique :

Les trois grands secteurs de la promotion touristique sont : [23]

- L'information (orale, écrite, audiovisuelle).
- Les relations publiques
- La publicité.

conclusion:

En conclusion, le tourisme est un sujet auquel tout le monde peut participer. C'est tellement vaste et le tourisme peut plaire à tout le monde. Cela implique un échange incroyable de devises et de ressources humaines. Le tourisme est également mature dans toute économie qui veut développer le tourisme. De ce fait, chaque pays bénéficie de retombées économiques incroyables et variées. En ce sens, le monde en développement mise tout sur cette variable économique puisqu'il incite le monde à échanger cette nouvelle monnaie contre sa monnaie et à la dépenser dans des lieux qui ne sont pas forcément sa propre région. Aujourd'hui chacun peut pratiquer le tourisme à sa manière et selon les technologies qu'il intègre : tourisme humanitaire, tourisme de masse, tourisme équitable, tourisme de luxe, tourisme d'affaires... Bref, le monde a des milliers d'opportunités !

Chapitre II :

Le tourisme en Algérie

Introduction:

Aujourd'hui, le tourisme a connu une croissance rapide et passionnante, et certains pays ont pu bénéficier de plus en plus de la croissance mondiale du tourisme, tandis que d'autres pays essaient de s'éloigner des pays exportateurs de tourisme et de bénéficier de la croissance mondiale du tourisme.

Ainsi, l'Algérie est considérée comme l'un des pays qui ont des potentiels touristiques, comme de nombreux pays, pour occuper une position importante parmi les destinations touristiques les plus importantes au monde, car elle regorge d'énormes qualifications touristiques qui en ont fait une destination pour de nombreux touristes. une énorme quantité d'ingrédients a été le résultat de l'élaboration de plans et de stratégies de développement Ce vaste domaine est ce que nous aborderons dans ce chapitre.

I. Le tourisme en Algérie :

« Alger, c'est la plus belle ville du monde ».

Henry de Montherlant

« L'Algérie, terre d'élection du tourisme ».

Jean Méliá

Le tourisme constitue le nouveau moteur de développement durable, de soutien à la croissance et un vecteur clef du renforcement de l'économie en raison de son potentiel de création de richesse, d'emploi et de génération de revenus durable.

L'Algérie entend donner au secteur du tourisme une dimension à la mesure de ses potentialités et ses atouts

Il s'agit désormais de développer la montée en puissance du tourisme national et de l'insérer dans les circuits commerciaux du tourisme mondial grâce à l'émergence de la destination Algérie comme destination touristique de référence au plan international.

Mais l'Algérie reste en retard sur le plan touristique à cause de la mauvaise image qu'elle présente à l'étranger, la négligence des potentialités touristiques, le manque de professionnalisme et de l'intérêt à développer une activité touristique et surtout le manque d'infrastructures et le personnel de qualité ce qui nous empêche de parler d'un tourisme durable, ce retard peut néanmoins être bénéfique pour nos villes dans la mesure où elles peuvent y remédier en instaurant une stratégie basée dès le début sur une vision durable des villes, ce qui permettra la réalisation de projets, la formation du personnel, l'implication du citoyen et la promotion d'une image de marque de nos villes en se basant sur une même philosophie.

I.1- Aperçu historique sur le tourisme en Algérie:

L'Algérie devient, à partir des années 1850-1860, un pays où se rendent des voyageurs attirés par l'Orient – un Orient à une journée de Marseille –, la chasse ou le doux climat de l'hiver maghrébin, ou les trois réunis. Sans compter aussi la séduction de choses plus obscures, comme l'attrait des femmes, dont le mystère voilé accroissait les désirs, ou des jeunes gens.

5À la fin du XIXe siècle, Alger et Biskra, située aux portes du Sahara, étaient des villes particulièrement courues. Elles accueillait des villégiateurs fortunés et cosmopolites qui faisaient parfois bâtir de somptueuses demeures, comme celles que l'on pouvait découvrir sur les hauteurs d'Alger, à Mustapha supérieur ou dans les faubourgs de la (Reine des Ziban). [24]

Les transports raccourcissent progressivement les distances entre l'Algérie et la France. Plusieurs compagnies maritimes proposèrent des traversées sûres et confortables entre l'Algérie et l'Europe. Selon Paul Gaffarel, l'ancienne compagnie Valéry offrait ainsi, à la fin des années 1870, deux voyages par semaine entre Alger et Marseille ; un seul entre Bône d'un côté, Oran de l'autre, et la France. La colonie était également reliée à la métropole par la Compagnie de navigation mixte et la Compagnie des messageries maritimes, tandis que la British India Company faisait une escale deux fois par mois à Alger. [25]

Le tourisme en Algérie est passé par trois périodes:

I.1.1- Avant l'indépendance

- 1887 : création du comité d'hivernage en Algérie pour l'organisation des caravanes,
- 1929 : création du crédit hôtelier constitué,
- 1931 : création de l'Office Algérien d'Action Économique et Touristique (OFALAC).

I.1.2- Après l'indépendance (1962- 1966):

Après la guerre de libération, l'Algérie a hérité de plusieurs hôtels dans les grandes villes, mais l'État ne s'est pas préoccupé de leur mise en état. On adossait cela, au fait que la guerre avait laissé des séquelles physiques et morales qui les laissaient froids avec les étrangers.

Malgré cela, plusieurs structures ont été créées:

- 1962 : création de l'Office National Algérien du Tourisme (ONAT) pour promouvoir et sauvegarder le patrimoine et le produit touristique en Algérie.
- 1964: création du ministère du tourisme.

I.1.3- Durant les années 1970 : Création de plusieurs structures touristiques à savoir :

- Création de la société nationale de l'hôtellerie et du tourisme (SONATOUR).
- Création de la société nationale de thermalisme (SONATHERM).
- Création du Touring Club Algérie (TCA).

I.1.4- La transition vers l'économie de marché, après 1990:

- 21 février 1990 : création de l'office national du tourisme, chargé d'élaborer des politiques touristiques (ONT).

-21 février 1998 : création l'agence nationale du développement touristique (ANDT).

-Décembre 2000 : fixation des objectifs de la nouvelle politique touristique, qui s'étend sur 10ans. Elle propose une adhésion et une coopération totale de l'ensemble des institutions directement ou indirectement liées à la conception, le développement et la promotion des activités touristiques pour l'émergence d'une véritable industrie du tourisme. [26]

I.2-Le potentiel touristique en Algérie : [27]

I.2.1- Gisement naturel :

L'Algérie, pays de contrastes, située au Nord de l'Afrique, s'étend sur une superficie de 2.381.741 km², des frontières longues de 6000 Km, la séparent du Maroc, du Sahara Occidental, de la Mauritanie, du Niger, du Mali, de la Tunisie et de la Libye. Son relief est composé de quatre ensembles : les chaînes côtières du Tell, une suite de plateaux et de hautes plaines, une bande montagneuse méridionale, Atlas Tellien et Saharien et la région du Sahara avec ses massifs montagneux. Au Nord, la Méditerranée baigne le pays sur 1200 Km de côte, dotée de sites exceptionnels. Sa position géographique à l'échelle de la Méditerranée et leur diversités climatiques, font qu'elle comprenne de nombreux sites d'intérêts stratégiques, reconnus d'un point de vue écologique : espèces rares, tracé des Fly-way Europe Afrique...Etc., son espace côtier comprenant des écosystèmes maritimes dunaires et des écosystèmes littoraux pré- forestiers, De l'Est à l'Ouest : La zone côtière marine d'El Kala, le parc de Taza, le parc de Gouraya, les îles Aguellis au large de Réghaia, le ban des Kabyles, l'aire marine de Tigzirt, les îles de Rachgoun, le parc national du Chenoua, la réserve naturelle des îles Habibas.....

Au Sud, le Sahara, continent immuable, qui s'étend sur près de deux millions de kilomètres carrés soit près de 80% du territoire, et qui présente la partie la plus vaste des territoires sahariens parmi tous les pays sahariens, répartie sur 4 régions du grand sud : Adrar au sud ouest qui est connue pour le brassage de différentes cultures, ses foggaras et ses forteresses séculaires. Illizi à l'extrême sud, Djanet étant la daïra la plus importante, cette région est connue pour le parc national du Tassili qui a été classé depuis 1982 patrimoine mondial de l'UNESCO et qui constitue un véritable creuset où les éléments naturels, culturels, et historiques vivent en symbiose. La vallée de M'ZAB , son classement sur la liste du patrimoine mondial concerne tout autant l'ensemble historique, urbanistique et architectural que sont les villes de Béni Izguen, Bou Noura et Melika, que la palmeraie et l'économie du système de captage des eaux (foggaras). Tamanrasset, le parc national du Hoggar créé en 1987, est caractérisé par son relief, sa faune, sa flore et ses gravures rupestres, en constituent le principal attrait touristique. Il est à noter que ce potentiel touristique est peu mis en valeur.

I.2.2- Le Thermalisme :

L'Algérie dispose de 202 sources thermalo-minérales dont une très forte proportion se trouve dans la partie septentrionale. Les analyses physico-chimiques et hydrogéologiques ont permis de préciser les caractéristiques de chaque source au double plan, celui de la minéralisation et des indications thérapeutiques. Sur le plan physico-chimique, les analyses font ressortir plus de 7 catégories d'eau et sur le plan de la thermalité, on rencontre quatre types de sources : sources hypo thermales, sources méso thermes, sources ortho thermes, sources hyperthermies. Il est à noter, qu'en application de l'article 15 de la loi 03-01 relative au développement durable du tourisme, l'état veille à l'élaboration d'un bilan thermal et à son actualisation permanente.

I.2.3- Gisement culturel :

L'Algérie dispose d'un patrimoine archéologique le plus riche et plus diversifié dans le bassin méditerranéen. Cette richesse se traduit, entre autre, par le classement par l'UNESCO de sept sites sur la liste du patrimoine de l'humanité: Tassili N'Ajjer, Tipaza, Djamilia, Timgad, Kalaa Béni Hammad, Vallée du M'Zab, Casbah d'Alger. Le patrimoine culturel peut être défini comme étant l'ensemble des éléments qui témoignent de notre histoire dans toute sa dimension, de nos richesses et de notre culture. Il constitue notre mémoire

collective et il représente un gisement inestimable pour le développement du tourisme, à travers sa diversité (sites préhistoriques, vestiges et monuments historiques, symboles de l'art et architectures traditionnelles contemporaine...) et sa distribution à travers le territoire. Par ailleurs, il ressort que le tourisme culturel combiné au tourisme de loisirs est une demande de plus en plus importante dans le choix des destinations touristiques. A ce niveau, l'Algérie dispose d'atouts à même de satisfaire les demandes les plus exigeantes, grâce à la localisation des sites historiques de la côte au Sahara. Cette dispersion, permet aussi à l'Algérie d'offrir un tourisme étalé sur toute l'année : tourisme d'automne, d'hiver et de printemps dans le Sahara et les hauts plateaux, tourisme d'été sur la bande côtière.

I.2.4- L'Artisanat :

Au plan des ressources humaines, il est à noter que l'amélioration du niveau d'instruction des jeunes, l'attrait du travail de «bureau» synonyme de promotion sociale, ont contribué à dévaloriser les artisans de travail manuels et donc ceux de l'artisanat qui sont restés le lot des personnes âgées, car on en compte 180 000 artisans seulement. Par ailleurs, les métiers et les produits de l'artisanat n'ont été valorisés, ni par le système de formation, ni par le système des prix, aboutissant ainsi, à un recul de ce secteur, voir même à la disparition de certains métiers et/ou certains produits.

I.2.5- Les parcs nationaux touristique: [28]

Parc National du DJURDJURA:

Il a été classé en 1983, d'une superficie de 18 500 ha, situé dans une région montagneuse très accidentée. C'est un parc de sommets enneigés, rivières hivernales et de forêts silencieuses, de gorges et gouffres très importants, de vallons, un lac et de hauts plateaux. Espèces animales: le singe magot, on peut également rencontrer l'aigle botté, sanglier, hyène rayée, faucons, rossignols, le

Figure(02) : Parc national du Djurdjura, Algérie :



Source: www.voyageforum.com

Parc National de **THENIET EL – HAD:**

3 616 ha, situé à 3 km de la localité de Théniat El - Had, à la limite sud du grand massif de l'Ouarsenis et au centre de l'Atlas tellien. On peut découvrir de très belles forêts de cèdres, de belles montagnes, pour faire des randonnées, une faune très diversifiée constituée de : hérissons, lapins de garenne, lièvres, perdrix, chacals dorés, les genettes, les aigles colombe, faucons et alouettes...

Figure(03): Parc National de **THENIET EL – HAD:**



Source: algerie-monde.com

Parc National de CHREA:

26 000 ha, situé au cœur du massif de l'atlas Blideen à 50 km au sud d'Alger. La nature vous y accueille à bras ouverts vous pouvez marcher le long de courts sentiers pédestres, vagabonder dans le sentier montagneux, faire du ski, visiter l'écomusée, découvrir la beauté des pics et des crêtes, le ruisseau des singes, le sentier " col des fougères" les très belles cédraies millénaires, les oiseaux et les

Figure(04): Parc National de CHREA:



Source. www.tripadvisor.fr

Parc National du TASSILI:

Ce parc a été classé patrimoine mondial en 1982 par l'UNESCO, et réserve de l'homme et la biosphère en 1986, d'une superficie de 100.000 ha, ayant avant tout un caractère archéologique, une multitude de gravures et peintures rupestres, les derniers cyprès de Duprez ou Tarout, il en existe plus de 230 exemplaires vivants, dans la partie élevée du plateau, de grands mammifères, le mouflon à manchette qui se maintient bien dans les régions les plus escarpées, de nombreuses gazelles dans les grands oueds du Tassili et des poissons dans les gueltas. Dans ce parc se situent les trois ksours construits sur les rives de l'oued, El Mihane au sud est un ksar saharien typique avec ses maisons d'argile et de pierres et ses ruelles tortueuses qui escaladent les pentes abruptes d'un piton; Adjahil est collé contre la falaise et surplombe jardins et sources. Ces ksours sont en ruines, mais sont d'un grand intérêt par leur organisation et leur architecture.

Figure(05): Parc national de **TASSILI**



Source: algerie-monde.com

Parc National d'El KALA:

D'une superficie de 80.000 ha, il est composé d'une mosaïque d'écosystème particulière, caractérisée par des zones humides dont l'ensemble et la diversité de leurs composants, constituent un complexe considéré unique dans le bassin méditerranéen. À l'intérieur de ce parc sont situés deux des plus belles zones d'expansion touristique à savoir: Messida et Cap Rosa, ainsi que les lacs Oubeira (eau douce), lac Mellah (eau salée) et le lac Tonga (eau saumâtre). Le parc national a été créé le 23/07/1983 et a été classé le 17/12/1990 dans la catégorie du patrimoine nationale et culturel international et réserve de la biosphère par l'UNESCO.

Figure(06): Parc National d'El KALA



Source : www.ornithomedia.com

Il y a d'autres parcs tels que :

- BELZMET: 600 hectares à Batna.
- TAZA: 300 hectares à Jijel
- Gourara: 100 hectares.

I.2.6- Infrastructures de Transport :

Les infrastructures de transport ont bénéficié d'un effort conséquent depuis l'indépendance, les choix initiaux du pays ont certes privilégiés la route, mais les réalisations d'aéroports et de ports sont appréciables. Il faut rappeler que le réseau routier national est le meilleur du Maghreb, il représente un linéaire de plus de 100.000Km, Dans le lequel les autoroutes dont le programme a été lancé dans les années 80, représentent un potentiel remarquable. L'histogramme, illustre le déclin du mode de transport terrestre, le doublement de l'aérien en 12 ans et la forte augmentation du mode de transport maritime. Le réseau actuel d'infrastructures de transport est constitué de : 96.000 Km de routes, 1140 Km de voies étroites (pénétrantes Nord/Sud) et 300 Km de voie électrifiée (ligne minière Est), 4200 Km de voies ferrées réparties en 3060 Km en voie normale (Essentiellement la rocade Nord), avec environ 200 gares, 30 aéroports classés, 13 ports polyvalents, 02 ports spécialisés dans les hydrocarbures, 17 ports de pêches, 02 ports de plaisances. Aussi, il est à signaler le lancement de pas mal de projets à Alger, ainsi que dans certaines villes : la réalisation de Métro,

Tramways, élargissement et réalisation de plusieurs voies rapides (autoroute Est-Ouest, autoroute de haut plateaux,.....).

I.3-Les points forts de l'offre touristique algérienne :

- Beauté, richesse, diversité des paysages et sites naturels vierges.
- Confort climatique.
- Monuments et sites classés au patrimoine mondial.
- Infrastructure de communication et de transport en évolution rapide.
- Formes du tourisme multiples.
- Prix attractif et compétitif à l'international.
- Proximité des grands marchés émetteurs.
- Importante clientèle affinitaire.
- Patrimoine riche et varié.
- Disponibilité de produits de consommation divers et bon marché.
- Marché de l'artisanat traditionnel en cours de structuration.
- Bien que disposant d'importantes potentialités touristiques.
- Riches et diversifiées et une offre touristique importante, le secteur touristique souffre de beaucoup d'handicaps.²²

I.3- Le SDAT, le projet phare du lancement touristique:

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT » 2025 constitue le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie. À sa faveur l'État : - affiche sa vision du développement touristique national aux différents horizons à court terme (2009), moyen terme (2015) et long terme (2025) dans le cadre du développement durable, afin de faire de l'Algérie un pays récepteur - définit les instruments de sa mise en œuvre et précise les conditions de sa faisabilité. Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique

« SDAT 2025 » est une composante du SNAT 2025 lequel montre comment l'Etat compte assurer, dans un cadre de développement durable le triple équilibre de l'équité sociale, de l'efficacité économique et de la soutenabilité écologique à l'échelle du pays tout entier pour les vingt ans à venir. Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2025 » constitue donc une partie intégrante du Schéma National d'aménagement du Territoire (SNAT 2025) : il est l'acte par lequel l'Etat affiche pour tous les acteurs, pour tous les secteurs, pour toutes les régions, son projet touristique territorial à horizon 2025. Le présent Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025» est de ce fait un instrument qui traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays et de le mettre au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro-méditerranéenne. Il donne de ce fait pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable. Le SDAT 2025 est l'aboutissement mûri d'un long processus de recherches, d'enquêtes, d'études, d'expertises et de consultations; il est le résultat d'un bain de réflexion et d'une large concertation menée avec les acteurs nationaux et locaux publics et privés tout au long des assises régionales et des enrichissements qui en ont résulté. L'enjeu est l'appropriation du SDAT 2025 à tous les stades de son évolution (élaboration, mise en œuvre, suivi) par les acteurs et les opérateurs centraux et locaux du tourisme aux différents échelons (cadres hôteliers, restaurateurs, voyagistes, guides, opérateurs, associations).

Le rapport général sur le Schéma Directeur d'aménagement Touristique 2025 est composé de six livres :

Livre 1: Le diagnostic : l'audit du tourisme algérien.

Livre 2 : Les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques. Prioritaires : le plan stratégique.

Livre 3: Les pôles touristiques d'excellence (POT) et les villages touristiques d'excellence (VTE).

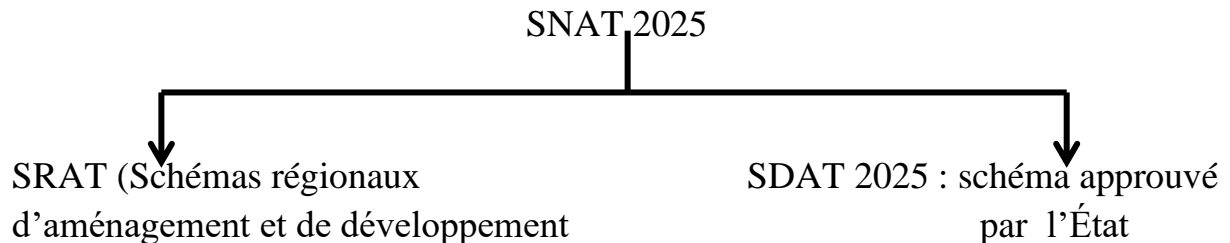
Livre 4: La mise en œuvre du SDAT 2025 : le plan opérationnel.

Livre 5 Les projets prioritaires touristiques.

Livre 6: La synthèse générale du SDAT 2025. [29]

I.3.2- Le diagnostic : audit du tourisme algérien:

Le SDAT 2025 est tiré du Schéma nationale d'aménagement territorial 2025 (SNAT) et ce dernier est composé comme ceci :



du territoire) projet en cours :

- 4 schémas directeurs d'aménagement des aires métropolitaines « SDAAM » : Alger, Oran, Annaba et Constantine ;
- 48 plans d'aménagement de Wilayas PAW ;
- Schéma directeur d'aménagement du littoral SDAL.

L'élaboration du SDAT 2025 repose sur un audit approfondi et multidimensionnel du tourisme et des facteurs qui interviennent dans son évolution. [30]

I.3.3- Le plan stratégique ; les 5 dynamiques et les programmes d'actions touristiques prioritaires:

- **Le business plan du SDAT 2025:**

Le SDAT fait des prévisions pour 2025, leur objectif est de recevoir plus de 11 millions de touristes. Pour le moment nous avons le business plan de la première étape qui s'étend de 2008 à 2015, qui se divise en deux :

- Les objectives physiques.
- Les objectives monétaires.

- **Les dynamiques de la mise en place du tourisme en Algérie:**

Ces dynamiques sont considérées comme étant les clés de la relance du tourisme en Algérie, elles sont en nombre de cinq et énumérées ci-dessus :

- Le plan destination Algérie.
- Les pôles touristiques d'excellence (POT).

- Le plan qualité tourisme PQT.
- Le plan partenariat public-privé.
- Le plan de financement de tourisme PFT. [31]

I.3.4- Les sept POT (Pôles Touristiques d'Excellence):

C'est une combinaison entre les villages touristiques d'excellence et d'activités touristiques sur un espace géographique donné, tout en étant en relation avec un projet de développement territorial. Ces pôles touristiques doivent refléter l'image de l'Algérie, le SDAT les a classés en 7 pôles, comme ceci :

- Le POT Nord- Est : Annaba, Taref, Skikda, Guelma, Souk Ahras, Tébessa...
- Le POT Nord- Centre : Alger, Tipaza, Boumerdes, Blida, Chlef, Ain Defla, Médéa, Bouira, Tizi Ouzou, Béjaïa...
- Le POT Nord- Ouest : Mostaganem, Oran, Ain Timouchent, Tlemcen, Mascara, Sidi Bel Abbés et Relizane
- Le POT Sud- Est (oasien) : Ghardaïa, Biskra, El Oued, Menéa...
- Le POT Sud- Ouest (Touat- Gourara) : les routes des Ksour : Adrar, Timimoune et Bechar
- Le POT du Grand Sud : Tassili n'Ajjer : Illizi et Djanet
- Le POT du Grand Sud : l'Ahaggar : Tamanrasset . [32]

I.3.5- La mise en œuvre du SDAT 2025, le plan opérationnel:

L'État, pour la réalisation de ce projet, a mis en place un agenda de réalisation et une sorte de feuille de route, où toutes les étapes et les chronologies du projet sont inscrites.

Étape 01 : la mise en place d'une structure de pilotage : nommer un directeur de la structure et les différents chefs de missions et les missions locales → sortie avec une note de cadrage générale.

Étape 02 : organisé des ateliers de travail pour chaque projet, ces ateliers doivent réunir tous les membres de la cellule et sortir avec un plan d'action pour chaque projet.

Étape 03 : définition de la stratégie par pôle touristique, chaque chef de projet doit sortir avec un plan d'actions pour chaque pôle.

Étape 04 : le lancement pré-opérationnel du schéma : réunion de communication avec des représentants d'autres secteurs, les acteurs locaux, etc.

Étape 05 : le démarrage des négociations et des premiers chantiers.

Étape 06 : la mise en place de la stratégie de promotion et de communication.

Étape 07 : le lancement du plan qualité du tourisme.

Étape 08 : la mise en place du SDAT 2025.

Les quatre premières étapes devront prendre au maximum 6 mois d'après les projections de L'Etat, les étapes 5-6-7 devront prendre 6 mois aussi, puis vient la 8ème étape, de 2015 à 2025.

I.3.6- Les projets prioritaires touristiques:

Le SDAT est un projet de développement touristique qui s'étale sur plusieurs années, déterminer et tracer les projets prioritaires s'avère primordial pour sa mise en œuvre et sa réussite.

1. Les projets en chiffre:

1. a- les hôtels lancés ou en cours de lancement:

- 11 hôtels de chaîne avec 3697 lits.
- 5 hôtels haut standing avec 1354 lits.
- 204 hôtels standards avec 20 355 lits.
- Au total, 25 406 lits pour 220 hôtels.

1. b- Les villages touristique:

Le tableau n° 3 donne, plus de détails des villages touristiques qui vont être réalisés à:

Tableau (03) : Les villages touristiques du SDAT 2025

Village touristique	Wilaya	Investisseur	Nombre de lits
Messida	El Taref	Emirates international investment company	2440
Sidi Salem	Annaba	Société saoudienne SIDAR	4983
Agrioun	Béjaia	Groupe Cevital	1282
Sghirat	Boumerdes	Kuwaitian invest group+ EIIC	2697
Medi Sea	Boumerdes	Société Américano- Tuniso- Algerienne Siaha	17510
Ain chorb	Alger	EIIC+ Kuwaitian invest Group	5985
Forum El Djazair	Alger	Groupe Emirate Emiral	2004
Sahel	Alger	Société de développement Hotelier SDH,Mariott	460
Sidi Fredj	Alger	Société Emirate El Qudra	360
Zeralda Ouest	Alger	Société Saoudienne SIDAR	6885
Colonel Abbas	Tipaza	Société Emirate EEMAR	1240
Oued Bellah Cesaree	Tipaza	Groupe Cevital	1426
Meddagh	Oran	/	5900
Hélios Kristel	Oran	SARL Résidence Hélio France	220
Moscarda	Tlemcen	EIIC + Siyaha	732
Ksar Massine	Adrar	Groupe Sud Investissement développement SID	92

Source : Livre 05 du SDAT

2. Les parcs écologiques et touristiques:

le SDAT a pour objectif de mettre en place trois parcs écologiques et touristiques dont la capacité d'accueil n'est pas précisée pour le moment.

Tableau (04):Parcs écologiques et touristiques

Village touristique	Wilaya	Investisseur	Nombre de lits
Dounya Parc	Alger	EIIC	1000
Dounya Parc	Oran	EIIC	/
Dounya Parc	Annaba	EIIC	/

Source: Livre 05 du SDAT

3% du PIB, 2000 millions de dollars de recettes, 2,5 millions de touristes et 75 000 lits de prévus. Voici, la priorité du projet SDAT 2025 à l'horizon 2025.

Le SDAT est un plan d'actions ayant besoin de beaucoup d'investissements, de secteurs intermédiaires et de main d'œuvre qualifiée.

L'État avec ce projet a l'intention de créer plusieurs hôtels, villages touristiques et plusieurs endroits écologiques et touristiques.

Si l'État arrive à mettre en œuvre ce projet, on pourrait réellement parler de tourisme en Algérie. Car les prévisions sont optimistes et les projets sont de grandes envergure, on s'attend alors à de grandes réalisations.

Le problème que rencontre le touriste en Algérie, est le manque d'infrastructure. Notamment, en ce qui concerne l'hébergement et qui est soumis par conséquent à des prix très élevés, vu qu'il n'y a pas de concurrence entre les hôtels. Puis vient le problème des normes internationales qui ne sont pas complètement appliquées aux constructions faites.

Le touriste rencontre le problème de destination ; les sites touristiques algériens ne sont pas bien mis en valeur ce qui fait que les touristes pensent qu'il n'y a pas grand-chose à visiter en Algérie.

Le capital humain constitue un handicap majeur au développement du tourisme dans notre pays. Tous les spécialistes du tourisme disent la même chose, nous manquons de main d'œuvre qualifiée dans ce domaine. C'est vrai que sur tout le territoire national, on compte sur le bout des doigts le nombre d'écoles qui font du tourisme une spécialité.

Le manque d'investissement et le fait que l'État compte toujours sur les recettes des hydrocarbures, place le tourisme au second rang, tous s'accordent à dire que le tourisme pourrait être le futur secteur de substitution aux hydrocarbures.

Depuis 2008, l'État algérien a mis en place un programme de relance touristique à long terme.

Le SDAT 2025 a pour objectif de mettre l'Algérie en tête de liste des destinations touristiques les plus prisées au monde, tout en se basant davantage sur le tourisme interne. [33]

Conclusion:

Le pays algérien possède la richesse touristique la plus élevée d'Afrique et du monde, mais la contribution de ses exportations touristiques ne dépasse pas (1,3%). Le tourisme est particulièrement naturel, comme la Tunisie et le Maroc, principalement en raison des politiques sanctionnées par l'État (politique des carburants) et de la perception négative du tourisme en tant qu'industrie secondaire. Aujourd'hui, face à l'état actuel de l'économie algérienne, où les fluctuations des prix du pétrole sont considérées comme la principale ressource des finances publiques, les organismes concernés devraient reconsidérer cette politique et se concentrer sur le tourisme en promouvant le secteur touristique, qu'il soit une autorité publique ou même des organismes privés, en établissant une image positive auprès des citoyens et des étrangers du produit touristique, et en rendant le marché du tourisme dynamique et Saisonnier pour pousser le secteur du tourisme à contribuer aux recettes nationales, en mettant en œuvre la stratégie définie (SDAT2025) sur le terrain et en ne le laissant pas dans son espace théorique, et cela nécessite une coordination des efforts entre tous les citoyens car ils appartiennent à ce pays.

Chapitre III :
Les potentialités touristiques
de la wilaya de relizane

Introduction:

En raison de l'importance actuelle du tourisme, le tourisme et ses diverses formes nécessitent un grand potentiel lié à ce secteur sensible, puisque le potentiel touristique représente le principal élément ou action pour le succès de ce secteur. Dans ce chapitre, nous discutons des composantes du tourisme national qui servent l'industrie touristique.

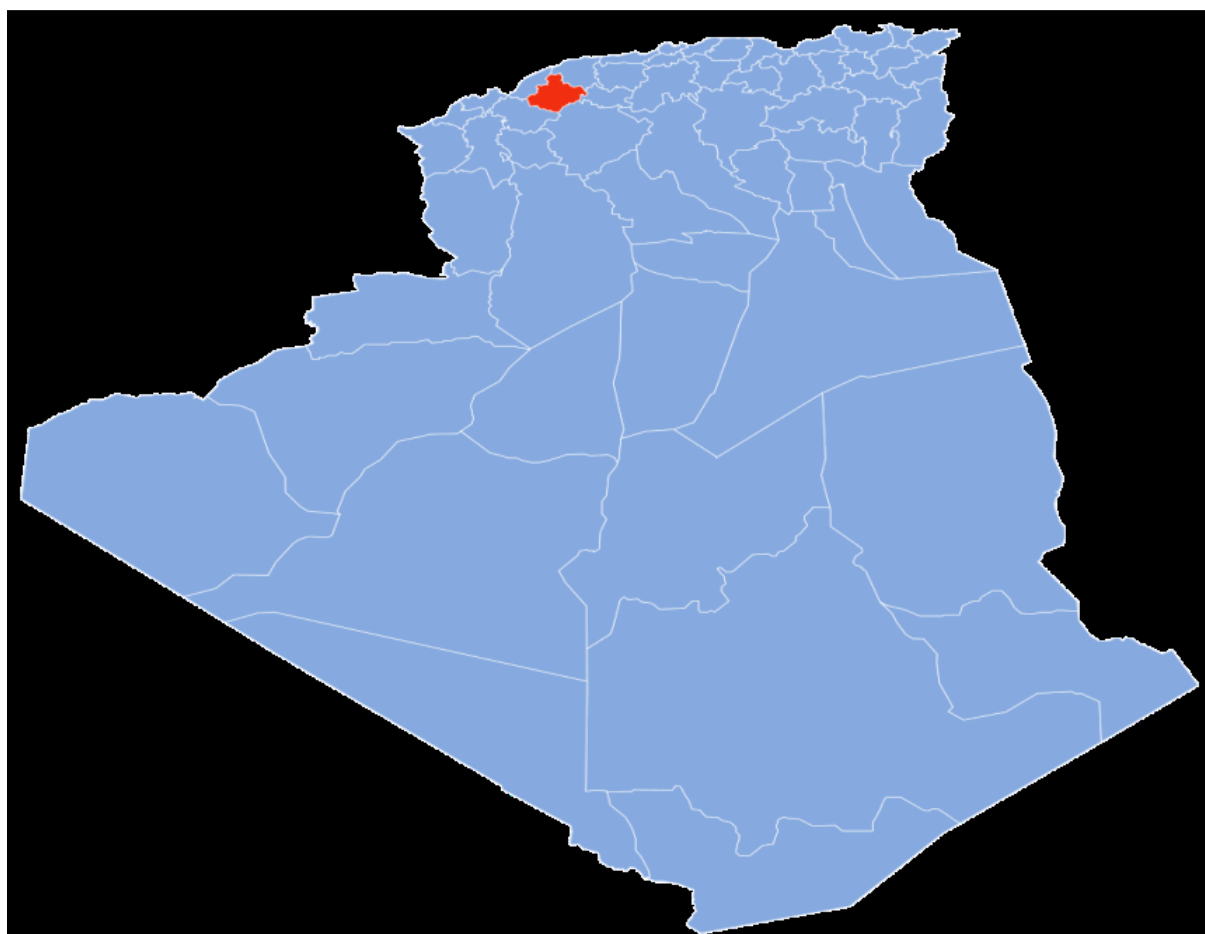
I. Présentation de la Wilaya de Relizane :

I.1-Situation géographique et délimitation:

Issue du découpage administratif de 1984, la wilaya de Relizane occupe une position stratégique dans la région nord-ouest du pays. Elle constitue un carrefour d'échanges socio-économiques très important à l'échelle régionale et nationale. Elle s'étend sur une superficie de 4 872,32 km² et est située à 60 Km du port de Mostaganem, à 120 Km de l'Aéroport International d'Oran et à 320 km de la capitale Alger. [34]

La wilaya de Relizane est limitée : Au nord, par les wilayas de Mostaganem et Chlef ; Au sud, par les wilayas de Mascara et Tiaret ; A l'ouest, par les wilayas de Mascara et Mostaganem ; A l'est, par les wilayas de Chlef, Tiaret et Tissemsilet.

Figure (07) : Carte de localisation de la wilaya de Relizane



Carte de localisation de la wilaya de Relizane

Figure (08) : Carte des limites de la wilaya de Relizane



Carte des limites de la wilaya de Relizane

I.3-Caractéristiques naturelles et conditions climatiques : [35]

I.3.1-Relief et morphologie :

Le relief de la wilaya est constitué de deux ensembles, un ensemble montagneux (au nord : les monts du Dahra, au sud : les monts de l'Ouarsenis qui s'étendent d'Est en Ouest pour atteindre les montagnes de Béni Chougrane) et un ensemble de plaines (partie centrale occupée par les plaines du Bas Chélif et la Mina).

*** Les plaines :**

Les plaines se situent dans le Bas Chélif et la Mina et représentent 32% de la superficie de la wilaya ; elles constituent un couloir entre deux unités de montagnes, au Nord et au Sud ; elles s'étendent d'Est en Ouest et leur altitude varie entre 40 et 200 m. Cet ensemble est traversé par deux principaux cours d'eau : Oued Chellif et Oued Mina. La plaine est caractérisée par l'existence d'une dépression (la sebkha de Benziane).

*** Les piémonts :**

Cet ensemble est constitué d'une zone de transition entre les plaines et les massifs montagneux et sa superficie représente 30% de la superficie totale de la wilaya.

***L'ensemble montagneux :**

Les chaînes montagneuses sont situées dans les régions du sud et de l'extrême nord de la wilaya et représentent 38 % de la superficie totale de la wilaya. Cet ensemble se compose essentiellement de 3 massifs :

- Les monts du Dahra au nord ;
- Les monts de Beni Chougrane au sud-ouest ;
- Les monts de l'Ouarsenis au sud- est.

I.3.2- Hydrographie:

La wilaya est traversée par les principaux cours d'eau d'Oued Chleff, Oued Mina et Oued Rhiou. L'Oued Chleff traverse la wilaya d'Est en Ouest, l'Oued Mina et Oued Rhiou traversent la wilaya du Sud vers le Nord et se déversent dans l'Oued Chellif.

I.3.3- Pluviométrie:

La pluviométrie est répartie comme suit :

- 600 - 800 mm dans le Nord,
- 400 - 500 mm dans les plaines et les piémonts,
- 600 - 800 mm dans les régions montagneuses du sud (Ouarsenis et Beni Chougrane).

La pluviométrie moyenne est de 600 mm. Toutefois, durant la dernière décennie, et compte -tenu de la sécheresse, celle-ci est d'environ 240 mm.

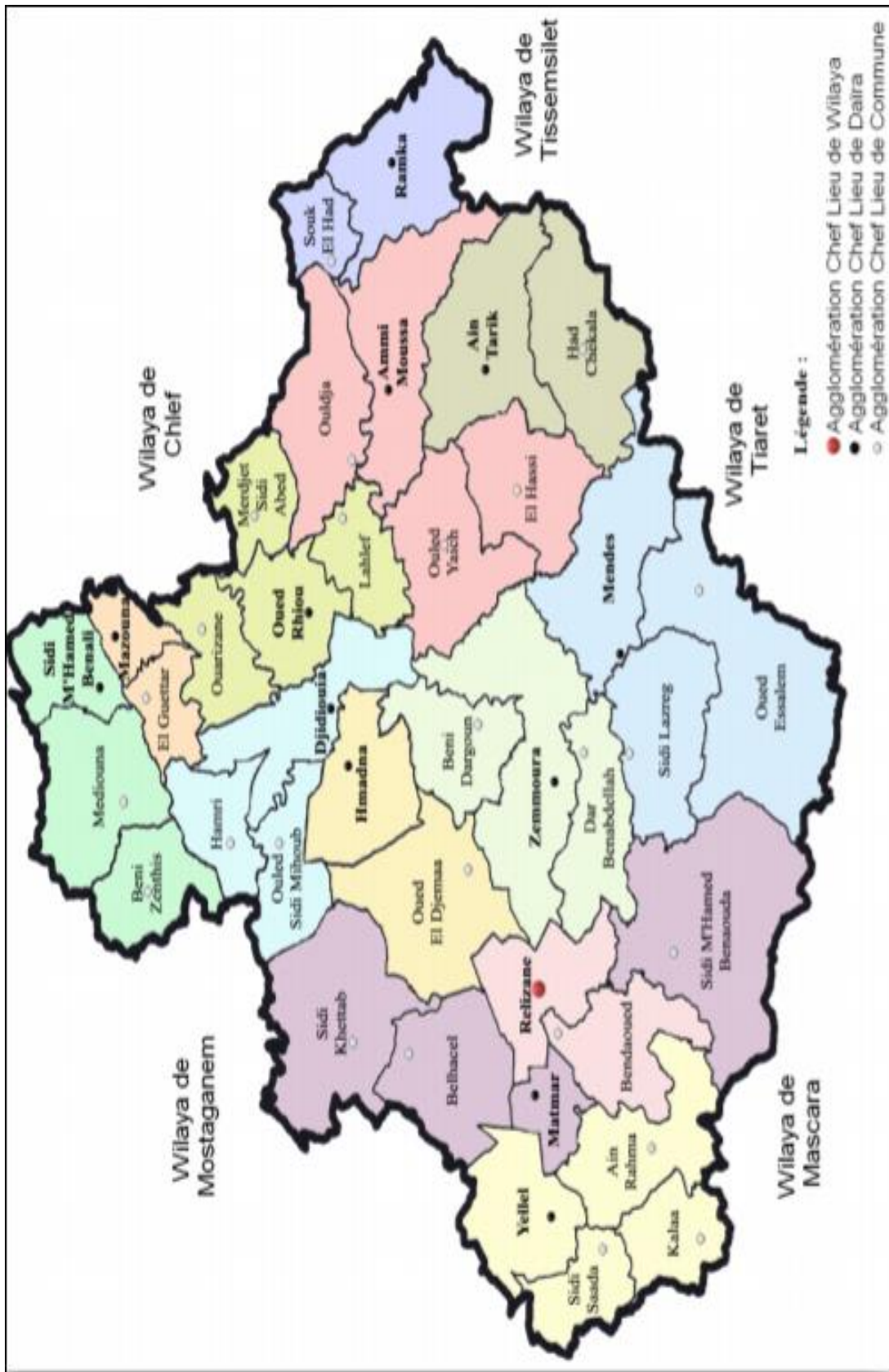
I.3.4- Climat:

La wilaya est divisée en deux étages : aride et semi-aride. On y distingue trois sous- étages : - Semi-aride "doux" au Nord ; - Aride "doux" dans les régions de la plaine et les piémonts ; - Semi-aride "chaud" à l'est de l'Ouarsenis.

I.4- Organisation administrative:

La wilaya de Relizane compte 38 communes et 13 daïras.

Figure (09) : Carte du découpage administratif de la wilaya de Relizane



I.5- Population de la wilaya :

- Population de la wilaya (2021) : la population de la wilaya de Relizane est de 998 518 habitants au 31/12/2021.

Tableau (05) : Répartition de la population par commune :

Communes	Nombre d'habitants	Communes	Nombre d'habitants
Ain Tarik			13 996
Had Chekala			7 658
Ammi Moussa			43 828
El Hassi			3 398
Ouldja			2 256
Ouled Yaich			10 151
Djidiouia			50 829
Hamri			11 634
Ouled Sidi Mihoub			8 705
H'Madna			29 705
Oued El Djemaa			27 502
Matmar			18 727
Belhacel			13 612
Sidi Khettab			15 007
Sidi M'Hamed Benouda			7 503
Mazouna			52 572
El Guettar			18 043
Mendes			20 126
Oued Essalem			10 223
Sidi Lazreg			6 263
Oued Rhiou			99 934
Lahlef			11 705
Merdjet Sidi Abed			8 546
Ouarizane			25 310
Ramka			5 879
Souk El Had			3 538
Relizane			173 076
Bendaoud			56 986
Sidi M'Hamed Benali			28 104

Mediouna	38 267
Beni Zenthis	12 965
Yellel	1 56 572
Ain Rahma	12 806
Kalaa	12 448
Sidi Saada	18 724
Zemmoura	44 020
Beni Dergoun	14 050
Dar Benabdellah	3 850

Source: (DPSB/PATW)

I.6- Les infrastructures de base existantes: [36]

I.6.1- Le réseau routier:

La wilaya de Relizane est traversée d'Est en Ouest par une autoroute considérée comme l'épine dorsale du réseau routier de la wilaya, sur un linéaire de 87 KM. Parallèlement à cette autoroute, appelée à devenir payante, la RN04 est sans doute l'alternative gratuite par excellence. Trois perpendiculaires la RN90 à l'est et la RN23 à l'ouest traversent la wilaya du Nord au Sud pour relier la wilaya de Mostaganem à la wilaya de Tiaret : la rocade des hauts plateaux, en plus de la RN90A qui relie la wilaya de Mostaganem à l'autoroute Est - Ouest en passant par la zone industrielle de Sidi Khattab.

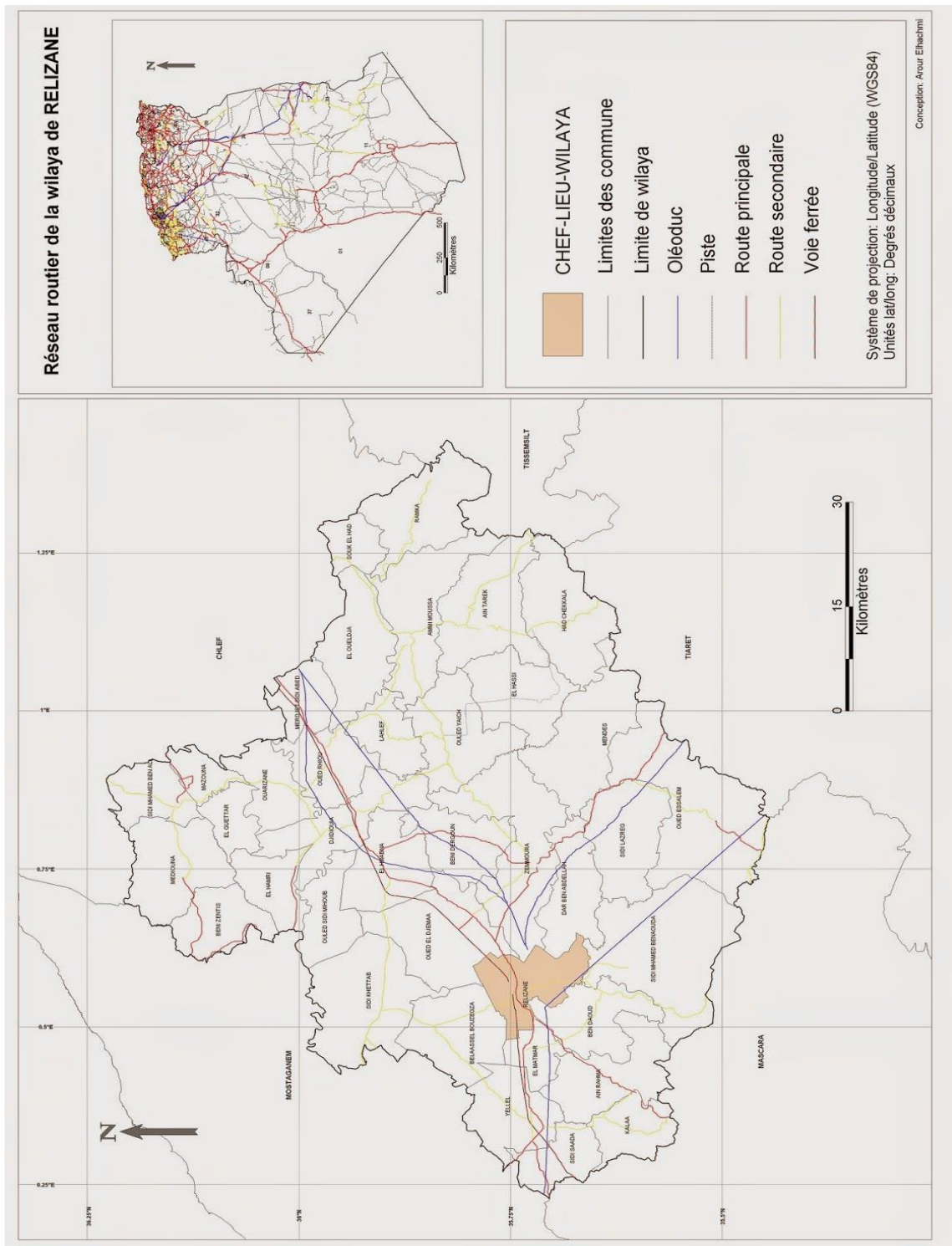
Tableau n° (6): Réseau routier de la wilaya de Relizane

Désignation	Longueur
Autoroute Est-Ouest	87,000 Km
Routes Nationales	314,477 Km
Chemins de wilaya	496,136 Km
Chemins communaux	2 186,6 Km
Total	3084,213 Km

I.6.2- Le réseau ferroviaire :

La wilaya est traversée par une voie ferrée d'Est (à partir des limites de la wilaya de Chlef) à Ouest (à la limite de la wilaya de Mascara – Mohammadia) ; elle s'étend sur une distance de 93 km. Le nombre de gares principales est de cinq (05) à savoir, les gares de Relizane, Oued Rhiou, Djidiouia, Oued Djemaa et Yellel.

Figure (11) : Carte du réseau routier de la wilaya de Relizane



II. Les potentialités touristiques :

Avec ses sites historiques, ses hammams chauds comme ceux de Mentila et de Sidi Bouabdellah, son immense relief forestier, Relizane, la wilaya de la Mina, recèle d'énormes atouts pour se relancer dans une réelle industrie touristique si l'on se décide toutefois à trouver les meilleurs moyens pour valoriser ces potentialités.

II.1-Les infrastructures touristiques:

II.1-1- Hôtels:

Tableau (07): Les pacs d'hôtellerie de wilaya de Relizane

Les pacs d'hôtellerie de wilaya de Relizane						
Les hôtels			Les algériens		Les étrangers	
nombres	Nombres de chambres	Nombres de lits	Les arrivées	Les nuits	Les arrivées	Les nuits
08	260	471	9163	15549	826	4197

Source: direction du tourisme 2015

II.1-2-les agences de voyages:

Tableau (08): les agences de voyages de wilaya de relizane

Les agences de tourisme et voyages de relizane	
Les agences privées	30
Les agences publiques ONAT	01

Source: direction des forets 2015

Remarques :

Ces données sont prises par la direction du tourisme de la wilaya de Relizane et sont jusqu'à présent traitées depuis 2015.

II.1-3- Auberges de jeunesse:

En plus des hôtels , il y a lieu de rajouter les auberges touristiques qui offre des lits touristiques. Son exploitation s'effectue occasionnellement:

- Auberge des Jeunes Frères Besseghir Relizane.
- Auberge des jeunes Belkhir Zemmoura.
- Auberge des jeunes Tazghat Oued rhiou.

II.2- Les sites historiques:

II.2-1- Le monument de Kalaa Béni Rached:

La citadelle berbère de Kalaa des Béni Rached à Relizane est considérée parmi les sites historiques les plus connus de la région de la Dahra, qui nécessite des interventions immédiates afin de la restaurer et la réhabiliter en tant que site historique éminemment touristique. La constitution du Kalaâ Beni Rached, remontant à la période ottomane, cette dernière a été un véritable pôle de rayonnement culturel, cultuel, scientifique, urbanistique et un joyau architectural, en témoignent certains de ces édifices qui affrontent les aléas du temps et attendent leur réhabilitation.

Figure(12-13-14): Le monument de Kalaa Béni Rached

Figure(12):



figure(13):



Figure(14):



II.2-2- Ruines de Kaoua:

C'est un « Château fortifié », en latin : Castellum, connu sous un autre nom de Ruines du Latifundium Kaoua.

Et qui est un château romain datant du III^e siècle ap.J.-C, probablement du règne de l'empereur Constantin Ier, (Bas-Empire), érigé dans la province antique Mauritanie Césarienne, correspondant au territoire de l'Algérie actuelle, ce château était érigé dans son côté Ouest. L'endroit du château situé précisément à 12 km au Nord d'Ammi Moussa dans la Wilaya de Relizane.

Le lieu de construction du château avait été choisi à l'époque pour sa proximité du camp militaire de la cité romaine Castellum Tinginitum, (Chlef aujourd'hui), reliée à ce château par une route muletière et à cause aussi de ses facilités de communication avec le plateau du Sersou (grenier de blé) et la grande plaine de Chéllif par la vallée basse de Oued Riou (affluent du Oued Chelif).

De fait intimement lié à ce château qui, lui formait le centre de direction de tout le système de défense existant encore et formé par d'autres châteaux antiques moins importants de Kebaba et Sedadja et par les petits postes établis sur les hauteurs d'où on peut très facilement voir le château de Ksar el Koua.

Figure(15-16): Ruines de Kaoua:

Figure(15):



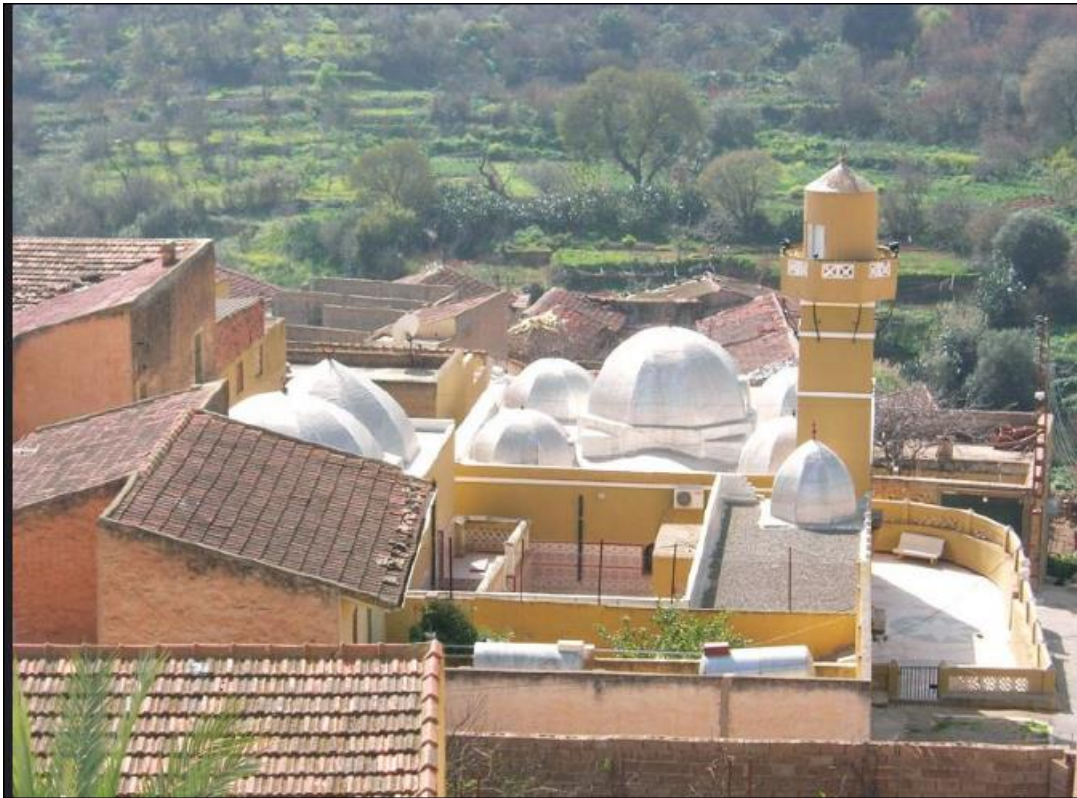
Figure(16):



II.2-3- EL-MEDRASSA:

La mosquée antique de la ville de MAZOUNA, ou EL-MEDRASSA comme aiment à l'appeler les habitants de la région, est un monument d'une grande valeur historique qui connaît des actions de restauration en vue de sa protection implanté au centre de la Casbah de la ville de MAZOUNA, localité située à 75 km du chef-lieu de la wilaya de RELIZANE, ce lieu de culte, qui dépend de la zaouïa de SIDI HENNI, a été construit en l'an 1029 de l'hégire (17e siècle) par le cheikh Sidi M'Hamed BENCHAREF et reste témoin du rayonnement des civilisations qui se sont succédé dans la région. «Ibn Mohamed Benali Boutaleb El-Mazouni, qui avait succédé à son père le cheikh Sidi M'Hamed BENCHAREF, a longtemps combattu les tentatives espagnoles d'envahir le Maghreb»....

Figure(17): EL-MEDRASSA



source: flickr.com

II.3- Les sites religieux:

II.3-1. « Masjid El Aatik » de Ammi Moussa:

El-Masdjid « El-Atik » se situe dans la wilaya de Relizane, exactement dans la Daïra et commune d'Ammi Moussa, elle est l'une des plus anciennes mosquées des alentours de la commune. Elle a été érigée en 1878, par ordre des généraux Sersou et Asmone et le capitaine Bioche, On raconte qu'elle a été financée par les habitants de la commune.

Figure(18): « Masjid El Aatik » de Ammi Moussa



Source: direction du tourisme de relizane

II.3-2-La grotte de sidi dahmane:

La grotte de sidi dahmane que les gens utilisaient autrefois pour apprendre le saint coran. qui est une ancienne bibliothèque contenant un nombre important de manuscrits islamique. Il y a dit on 356 coupoles qui sont éparpillées à travers la région au nombre des saints qui montaient la garde chaque nuit à longueur d'année ; pour protéger la cite.

II.4-Tourisme de bains minéraux:

La wilaya de Relizane renferme des ressources thermales susceptibles d'être d'un apport certain pour le développement touristique de la région pour peu qu'il y ait «une implication réelle des investisseurs» dans leur prise en charge, assure-t-on à la direction du tourisme, Il s'agit de la des bains de Sidi Bouabdallah et Aïn El-Djennia, dans la commune de Sidi Khattab, les geysers de Beni Yessaad, dans la commune de Mendès et Aïn Mentila à Aami Moussa.

II.4-1-Hammam Sidi Bouaabdallah:

Ce bain est situé dans la commune de Sidi Khattab et se caractérise par des caractéristiques physiques et chimiques, car son eau contient un pourcentage élevé de chlorate de sodium et de bicarbonate. Et en termes de propriétés thérapeutiques, il est recommandé pour traiter les maladies rhumatismales, les maladies nerveuses, les maladies respiratoires et le système digestif.

II.4-2-Hammam de Mentila:

Ce bain est situé dans la commune d'Ami Moussa. Il se caractérise par des caractéristiques physiques et chimiques, car son eau est caractérisée par du soufre mélangé à du sodium, du calcium et du chlore. En termes de propriétés thérapeutiques, il est recommandé pour traiter les maladies de la peau, des voies respiratoires. maladies et maladies du nez, des oreilles et de la gorge.

Figure (19) : Hammam Mentila



Source :direction du tourisme relizane

II.4-3-Hammam Beni yessaad :

Le bain Beni Yasaad est situé dans la commune de Mandas. Son débit d'eau atteint 6 litres par seconde, et il est riche en chlorate de sodium et en sulfate de calcium. Il traite un certain nombre de maladies telles que les démangeaisons sévères, les maladies infectieuses et les ulcères. les environs le visitent et même les traces de l'ancien bain ont disparu au fil des années.

II.4-4-Tamda :

Tamda est une grande piscine remplie d'une source naturelle, située sous d'immenses rochers et entourée d'arbres et d'espaces verts avec une vue imprenable.

Figure (20) :Piscine Tamda



II.5- ARTISANAT :

S'il est une activité qui perpétue les traditions ancestrales tout en mettant en exergue la dextérité des femmes et des hommes, c'est bien l'artisanat. C'est le meilleur repère identitaire parce qu'il se nourrit d'un besoin économique et d'un savoir-faire pour le combler.

A Relizane, l'activité artisanale est le reflet de la communion des hommes avec la nature. C'est de cette nature qu'ils puisent leur subsistance et lui rendent grâce par leur savoir-faire. L'artisanat est, ici, un cocktail d'empreintes de différentes civilisations et de brassage de cultures.

Parmi les activités artisanales les plus répandues et les plus perpétuées à Relizane, le travail de la laine et ses différentes utilisations. C'est notamment à El Kalaa que cette activité occupe une large frange de la population. C'est aux bords de l'oued traversant la petite ville que des hommes s'affairent quotidiennement au lavage de la laine et à son séchage. Une grande partie du produit est utilisée localement dans la confection du fameux tapis d'El Kalaa. C'est là une activité artisanale qui fait partie des mœurs de la région et constitue la fierté de ses habitants. Le tapis d'El Kalaa a la particularité d'être fait en pure laine, d'être très léger et décoré de manière spécifique. Sa décoration est dominée par le losange empreinte de la civilisation ottomane.

Le travail de la laine est également très présent à Mazouna notamment dans le filage de cette matière. Il est également présent dans la plupart des régions de la wilaya dans la confection du burnous et de la gandoura. La ville de Relizane est également connue par l'activité de broderie sur gandoura et sur burnous.

Autre activité très répandue, notamment dans les zones montagneuses, la confection des ustensiles et autres outils avec du doum (*Chamaerops humilis*, ou palmier nain). Cette activité est présente notamment dans les localités de Remka, Ain Tarik, Oueldja, Ammi Moussa.

La poterie n'est pas en reste, puisque les femmes de la plupart des régions de la wilaya s'ingénient à confectionner tous genres d'ustensiles en terre cuite.

L'activité de tannerie de cuir est présente à Kalaa et Mazouna, notamment dans cette dernière où les artisans rivalisent avec les tlemceniens, réputés maîtres en la matière.

La dextérité des femmes et des hommes de Relizane trouve aussi, sa pleine expression dans la confection des habits traditionnels qui vont des incontournables Gandoura et Burnous brodés, à la blouza féminine typique de l'ouest.

La wilaya de Relizane compte près de 4600 artisans qui emploient quelques 9000 personnes.

En matière d'infrastructures dédiées à la promotion de l'artisanat on peut en citer trois les plus remarquables à savoir :

1 – La maison de l'artisanat : un espace de créativité, de promotion et de formation en artisanat. Elle dispose de 14 ateliers de production, une salle de formation et deux espaces d'exposition et de vente, dont un couvert.

Les objectifs assignés à cette structure sont notamment :

- La promotion du produit artisanal
- La formation
- La création de l'emploi
- L'impulsion d'une dynamique économique par la commercialisation des produits de l'artisanat

2 – La maison des arts et des métiers : sa position au centre de la ville de Relizane en fait un endroit stratégique pour l'organisation de manifestations pour la promotion de l'artisanat traditionnel. Cette situation a beaucoup contribué à impulser une dynamique nouvelle au secteur.

3 – Unité de fabrication de tapis à El Kalaa : Cette unité dédiée à la confection du tapis spécifique à la région de Kalaa Beni Rached, employait, à ses débuts 12 femmes artisanes. Fermée depuis 1994, elle vient d'être réhabilitée pour donner une nouvelle impulsion à cette activité et la perpétuer au niveau des jeunes.

Des photos d'Artisanat traditionnel :

Figure (21) : panier en osier (panier de doum) :



Source :direction de tourisme et de l'artisanat relizane

Figure (22) : vaisselle de poterie



Source :direction de tourisme et d'artisanat relizane

Figure (23-24) : tapis traditionnelles

Figure (23) :



Figure (24) :



Source :direction du tourisme et d'artisanat relizane

II.5-Les festivals locaux :

II.5-1- Waada de sidi M'hamed Benaouda :

La waada de Sidi M'Hamed Benaouda, célébrée par la population de la wilaya de Relizane en automne depuis plus de quatre siècles, a débuté lundi soir dans la commune qui porte le nom de ce saint-patron. La préparation de cette manifestation traditionnelle, l'une des plus importantes dans la région, est précédée par plusieurs waadas organisées par les arcs de la célèbre tribu de Flita, au nombre de 25 arcs, dont les waadas de Oued Slam, Sidi Lazreg et Sidi Saada. Les membres de la tribu se dirigent trois jours avant le rendez-vous vers le mausolée du saint-patron Sidi M'hamed Ben Aouda, pour dresser des tentes selon le plan de chaque arc . Dans le rituel de cette waada qui s'étale jusqu'au vendredi, la confection d'une "Khaima" comportant des morceaux de tissus en poil de chameau, représentant chacun une famille, s'effectue dès le jour du lundi, alors que les arcs de la tribu "flita" rivaliseront, mercredi pour le transport et la pose de cette tente, dans une ambiance de convivialité, faite de sons de matreg, d'ovations et de youyous, afin de laisser place aux troupes folkloriques gratifiant l'assistance au rythme de la zorna, de la guesba et du bendir.

Au mausolée abritant le tombeau du saint-patron, décorée à la circonstance, un groupe d'élèves des écoles coraniques récite des louanges. Ce lieu accueille des dizaines de milliers de citoyen, qui viennent de toutes les régions du pays, voire même de l'étranger.

La waada de "Sidi M'hamed Benaouda" est caractérisée par l'empressement des habitants de la commune qui porte son nom à service les hôtes, témoignage d'une hospitalité légendaire. Les visiteurs ont également à des spectacles de fantasia, dans lesquels le meilleur cheval de chaque arc est exhibé, en plus de l'organisation du "Souk Erbah" exposant divers produits.

Pour rappel, le saint-patron Sidi M'hamed Benaouda a vécu au 16e siècle. Née en 972 de l'hégire aux environs de Oued "Mina" et décédé en 1034 de l'hégire, il fut baptisé "M'hamed Benaouda" en corrélation avec le prénom de sa nourrisse "Aouda Bent Sidi M'Hamed Ben Ali El Medjadji", qui fut une soufie érudite. Erudit, Sidi M'hamed Benaouda a créé une zaouia pour l'enseignement du savoir et l'hébergement des pauvres et des sans abris.

Les sources historiques recueillies révèlent que Sidi M'hamed Benaouda était célèbre pour son combat contre l'occupation espagnole à Ténès, à Mazaghran et Mers El Kebir, auquel le Bey Mohamed El Kebir a ordonné de construire, en hommage à lui, une coupole sur son mausolée.

II.5-2- Waada de sidi bouabdallah :

La Waâda de «Sidi Bouabdellah» dont les festivités ont démarré vendredi dans la commune de Oued R'hiou, à 50 km à l'Est de Relizane, connaît une forte affluence de visiteurs venus de différentes régions du pays et même de l'immigration.

Les habitants de cette zone de l'Est de la wilaya se sont accordés à organiser avec faste cette «Waâda», comme chaque automne pour honorer les invités du saint patron de cette région qui ne lésinent aucun les moyens moyen pour leur offrir un plat de couscous à l'intérieur des tentes qu'ils ont dressée en la circonstance.

Les descendants de Sidi Bouabdellah se chargent de dresser des tentes pour accueillir les invités et de réciter des versets du Saint Coran, ainsi que des madihs religieux.

Les nombreux visiteurs ont été gratifiés de beaux spectacles, des scènes de fantasia dont des dizaines de cavaliers faisant danser leurs chevaux arabes et autres pur sang (arabes barbes) qui viennent des wilayas de Mostaganem, de Sidi Bel Abbes, de Mascara, de Tiaret, de Chlef et de Relizane.

Cette fête populaire annuelle qui se tient deux jours durant dans une ambiance conviviale offre aux visiteurs un bouquet rythmé où la Zorna taquine le bendir agrémentés par des chants bédouins.

Le saint patron Sidi Bouabdellah El M'ghoufel El Hassini El Machichi (828-923) est considéré, selon la chercheuse Leïla Belkacem, comme un des plus grands soufis de Relizane qui a fondé la zaouia dans la région de Chlef et enseigné les sept lectures du Saint Coran, ce qui lui a permis, depuis lors, d'avoir une notoriété, notamment dans l'Ouest du pays.

Les saints patrons auxquels les waâdas leur sont destinées sont vénérés par les habitants de la région, chouyoukh, jeunes et femmes, qui ne ratent aucune occasion pour visiter, tout au long de l'année, leurs mausolées.

III. Perspectives et opportunités de développement :DPSB

La wilaya de Relizane dispose d'importantes potentialités économiques dont l'exploitation offre des perspectives de développement économique et des possibilités d'investissement tant dans les secteurs agricole, industriel, de tourisme et des services. Aussi,

- ♣ Considérée par le SNAT comme étant l'une des cinq grandes villes de l'Axe Médian de l'agglomération oranaise, le chef-lieu éponyme de la wilaya de Relizane est appelé à jouer un rôle commercial et d'échange important à l'échelle régionale et nationale ;

- ♣ Son réseau routier est important, et en plus de la RN04, son territoire est desservi par quatre autres RN ; il s'agit de la RN23, RN07, RN90 et RN90A auxquelles s'ajoute le tracé structurant de l'autoroute Est-Ouest qui traverse la wilaya sur 87,4 km ;

- ♣ Son réseau ferroviaire connaît aussi un développement important. La ligne Alger-Relizane-Oran est en train de se moderniser, tant du point de vue voies qu'équipements. La voie ferrée Relizane-Tiaret-Tissemsilt anciennement surnommée « la voie des céréales » sera bientôt réhabilitée ;

- ♣ Le potentiel agricole dont dispose la wilaya est renforcé par les orientations du SEPT (ex SRAT) qui préconise le développement d'un pôle agricole compétitif. Il s'agit de cibler les opérations de développement agricole dans les zones agricoles les plus performantes afin de promouvoir une agriculture moderne à même de répondre aux besoins alimentaires et de contribuer à l'exportation de produits de qualité. Pour atteindre cet objectif, le pôle « La Mina, Bas-Cheliff et Kramis » participant à la structuration du territoire régional a été identifié .

- ♣ Avec l'ouverture de nouvelles filières en biologie, chimie industrielle et informatique, le pôle universitaire est un atout de poids. Il s'agira de développer des synergies dans les biotechnologies alimentaires, la nutrition/santé, la technologie laitière et les industries dérivées pour assurer la productivité et la compétitivité du secteur agricole ;

- ♣ Le SNAT a aussi identifié la wilaya de Relizane comme territoire à fort potentiel apte à mettre en place une ZIDI polyvalente en s'appuyant sur le tissu industriel existant. En outre, le projet de réalisation d'une nouvelle zone

industrielle de 500 Ha à Sidi Khettab est salubre pour le développement de la wilaya .

♣ Grace à son riche patrimoine matériel et immatériel, la wilaya fera partie du pôle d'attractivité touristique de la région Nord-Ouest.

III- 2. Les contraintes au développement :PATW

Plusieurs contraintes affectent le développement de la wilaya de Relizane dont :

- ♣ La concurrence importante entre Relizane et Oued Rhiou ;
- ♣ Le solde migratoire net négatif depuis les 30 dernières années ;
- ♣ La dégradation des périmètres irrigués de la Mina et du Bas Cheliff ;
- ♣ La pratique de la jachère sur plus de 40 % de la SAU ;
- ♣ L'envasement de certaines infrastructures hydrauliques ;
- ♣ L'érosion des bassins versants du Gargar, de la Mina et du Dahra ;
- ♣ Le problème de traitement des rejets des eaux usées dans le Bas Cheliff et la Mina ;
- ♣ La faible affectation de la ressource en eau au secteur agricole.

Conclusion :

La wilaya relizane possède une grande richesse et diversité touristiques, mais ses infrastructures touristiques sont encore très faibles par rapport au potentiel touristique qu'elle recèle.

Chapitre IV :
Résultats et discussion :
l'étude des sites touristiques
dans la région de Relizane.

I. Utilité d'un SIG pour l'évaluation d'un territoire touristique :

Si on considère le Système d'Information Géographique comme un moteur, alors alimenter le système est essentiel. Dans le monde des SIG, ce carburant, ce sont les données.

- Les données sont le composant le plus important du SIG. Les données géographiques et les données tabulaires associées peuvent être agrégées en interne ou collectées auprès des producteurs de données. Les données géographiques se présentent généralement sous la forme de photographies aériennes, de plans, de cartes papier, etc.

- Dans notre cas, nous avons des cartes et des plans sur papier que nous avons convertis en formats numériques en utilisant le géoréférencement et la saisie. Les sources d'information (telles que celles décrites précédemment) peuvent provenir de diverses sources. Il est donc nécessaire de les combiner harmonieusement pour pouvoir les exploiter ensemble. Le SIG combine de nombreux outils pour manipuler toutes les données afin de les rendre cohérentes et ne garder que les outils nécessaires au projet. Les sources d'information (telles que celles décrites précédemment) peuvent provenir de diverses sources. Il est donc nécessaire de les combiner harmonieusement pour pouvoir les exploiter ensemble. Le SIG combine de nombreux outils pour manipuler toutes les données afin de les rendre cohérentes et ne garder que les outils nécessaires au projet. Les fonctions les plus importantes des SIG sont :

-L'archivage c'est-à-dire le stockage des données au moyen de la saisie de l'information sous forme numérique.

-L'analyse des données spatiales et thématiques qui fait des SIG un puissant.

Enfin, lorsque les données ont été intégrées à travers différentes couches d'informations, une analyse spatiale rigoureuse et efficace peut être effectuée. Couches superposées combinées à des données alphanumériques pour des résultats d'analyse très efficaces. Pour de nombreuses opérations géographiques, le but est de bien visualiser les cartes et les graphiques, qui sont vraiment d'excellents outils pour résumer et présenter des informations.

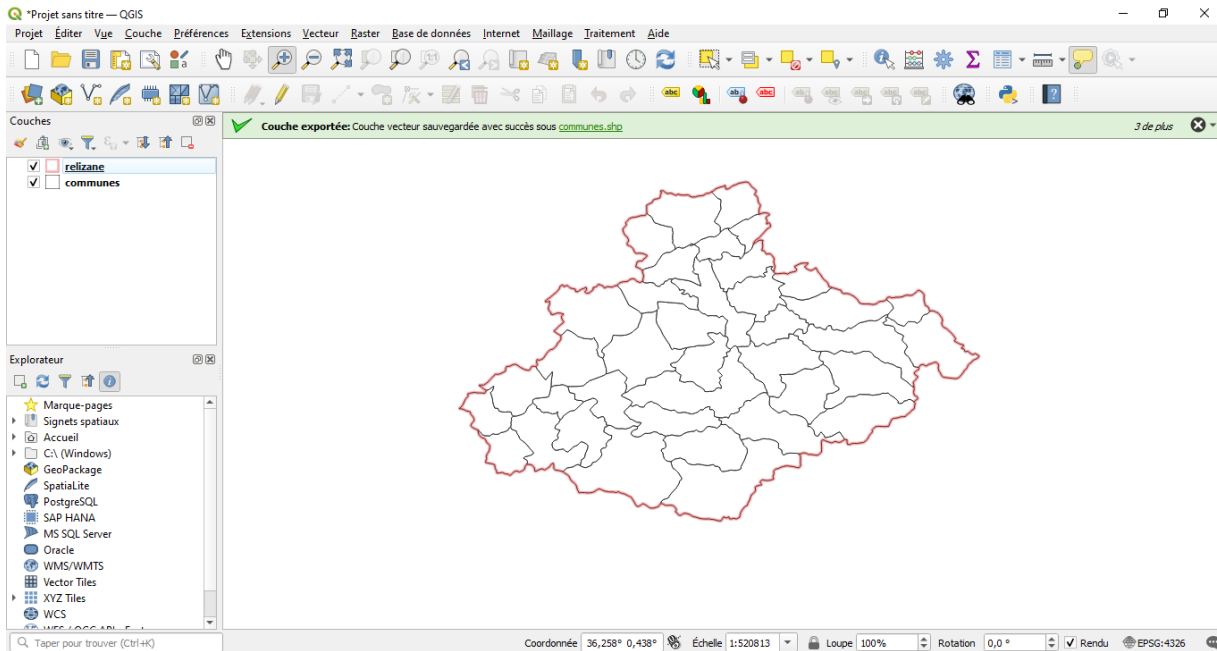
le SIG (Système d'Information Géographique) permet de comprendre les potentialités touristiques par :

- l'étude du site des Arcs : le relief (en exploitant les altitudes et les courbes de niveau), la végétation et l'hydrographie ainsi que l'exposition et la pente (essentiels pour les sports d'hiver) ;
- l'étude de la situation : en jouant sur les échelles, pour comprendre l'accessibilité de la station par exemple par les routes ou le chemin de fer, les clientèles proches (avec les grandes métropoles) ainsi que la proximité d'autres stations qui offrent complémentarités et concurrences ;
- l'étude du patrimoine : dans ce cas, il est surtout naturel et en partie protégé.

Les potentialités sont exploitées par les acteurs pour créer une station touristique. Le SIG permet de relever les pratiques touristiques, les aménagements qui en découlent, la nature des hébergements, la saisonnalité des activités, etc. Il permet aussi de déduire l'étalement spatial de la station, les contraintes et les risques (comme la saturation des accès ou les avalanches qui menacent les domaines skiables). Les Arcs font partie du domaine skiable Paradiski, le quatrième domaine le plus grand au monde (avec 425 kilomètres de pistes). Cet acteur communique, ce qui permet de croiser marketing territorial et SIG pour mieux comprendre ce territoire .

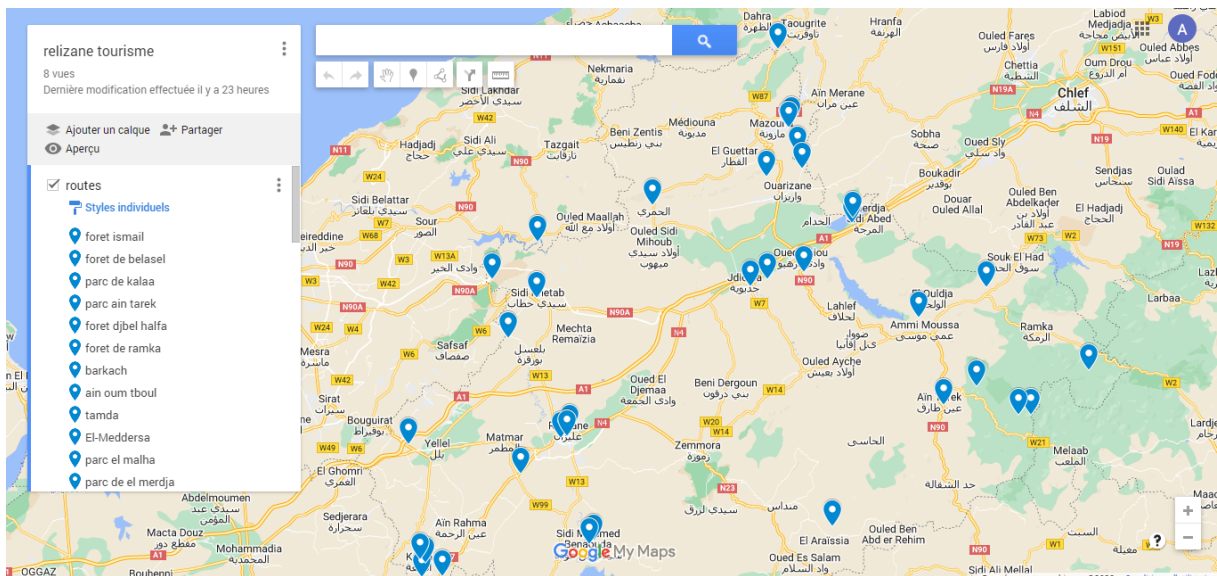
Plusieurs types de données ont été pris en compte dans l'élaboration du SIG, il s'agit :

- Des coordonnées géographiques issues des travaux de géo référencement (Wilaya de Relizane).
- Des attributs des entités géographiques.
- Shapefile de communes d'Algérie .
- Le choix des attributs des entités géographiques pour l'évaluation et l'étude de tourisme. Ces derniers concernent :
 - Des données générales sur la wilaya de Relizane.
 - Des données sur la potentialité touristiques au niveau de la wilaya.
 - la représentation cartographique de la wilaya de Relizane : (Figure 25) :

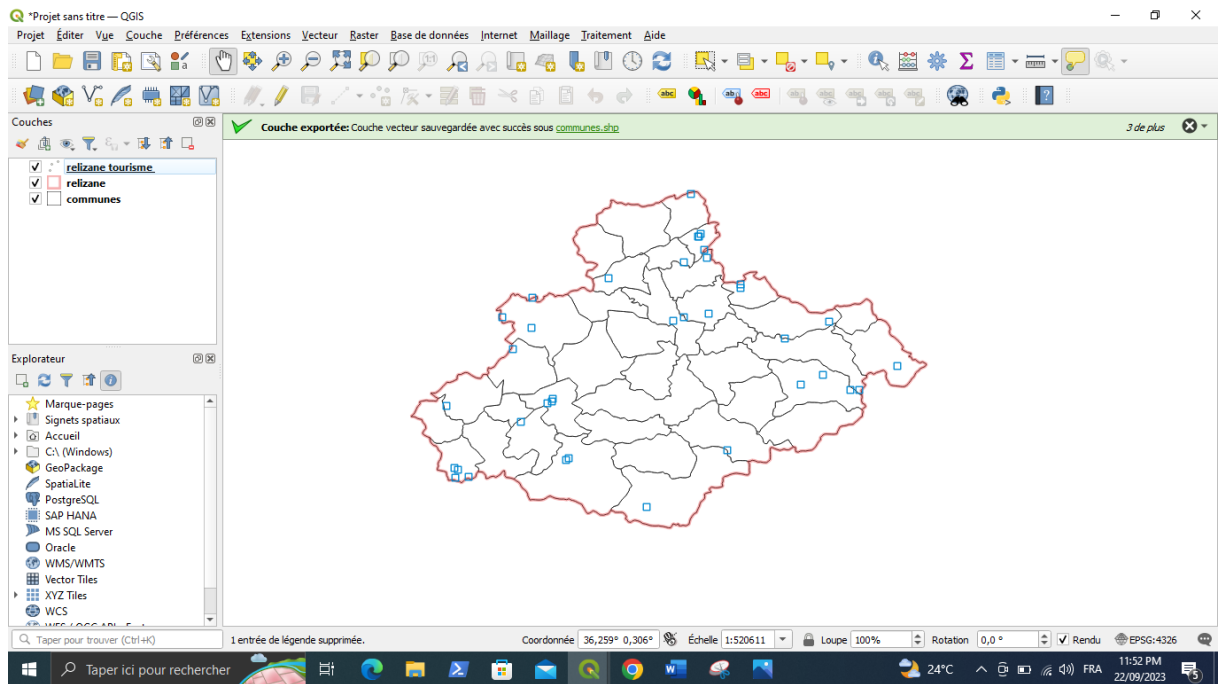


- utilisation de google my maps pour déterminer les sites touristiques :

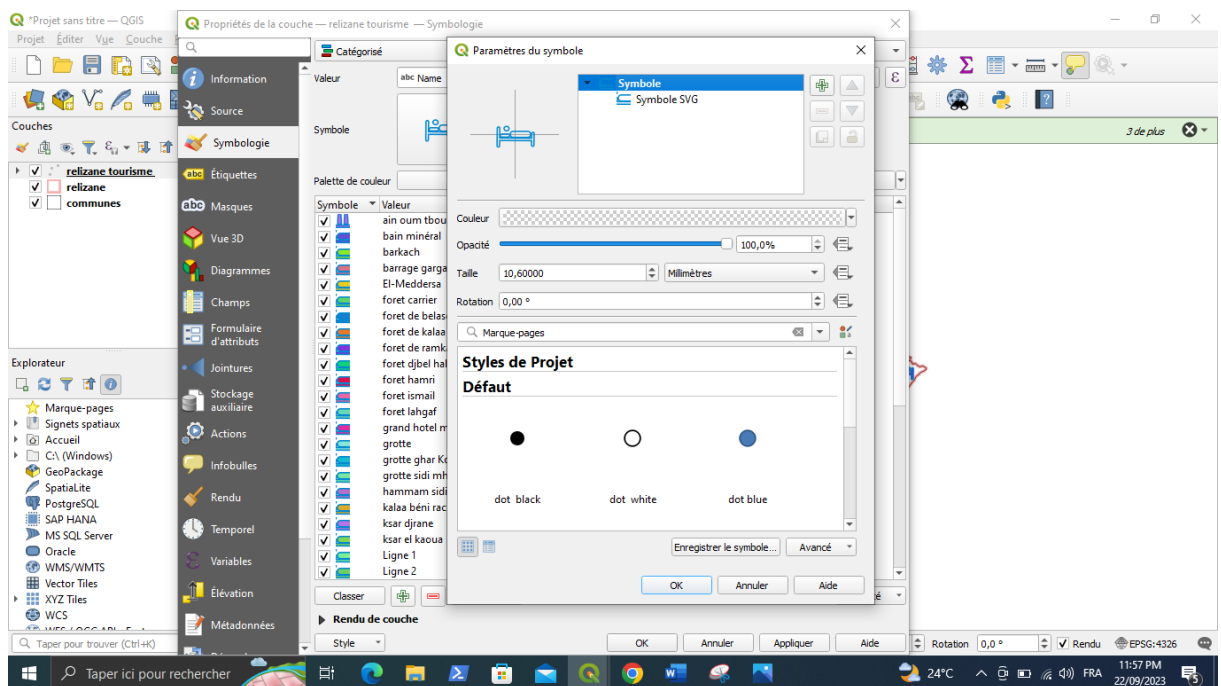
figure (26 et 27) :



- désignation des zones sur qgis : figure (28) :

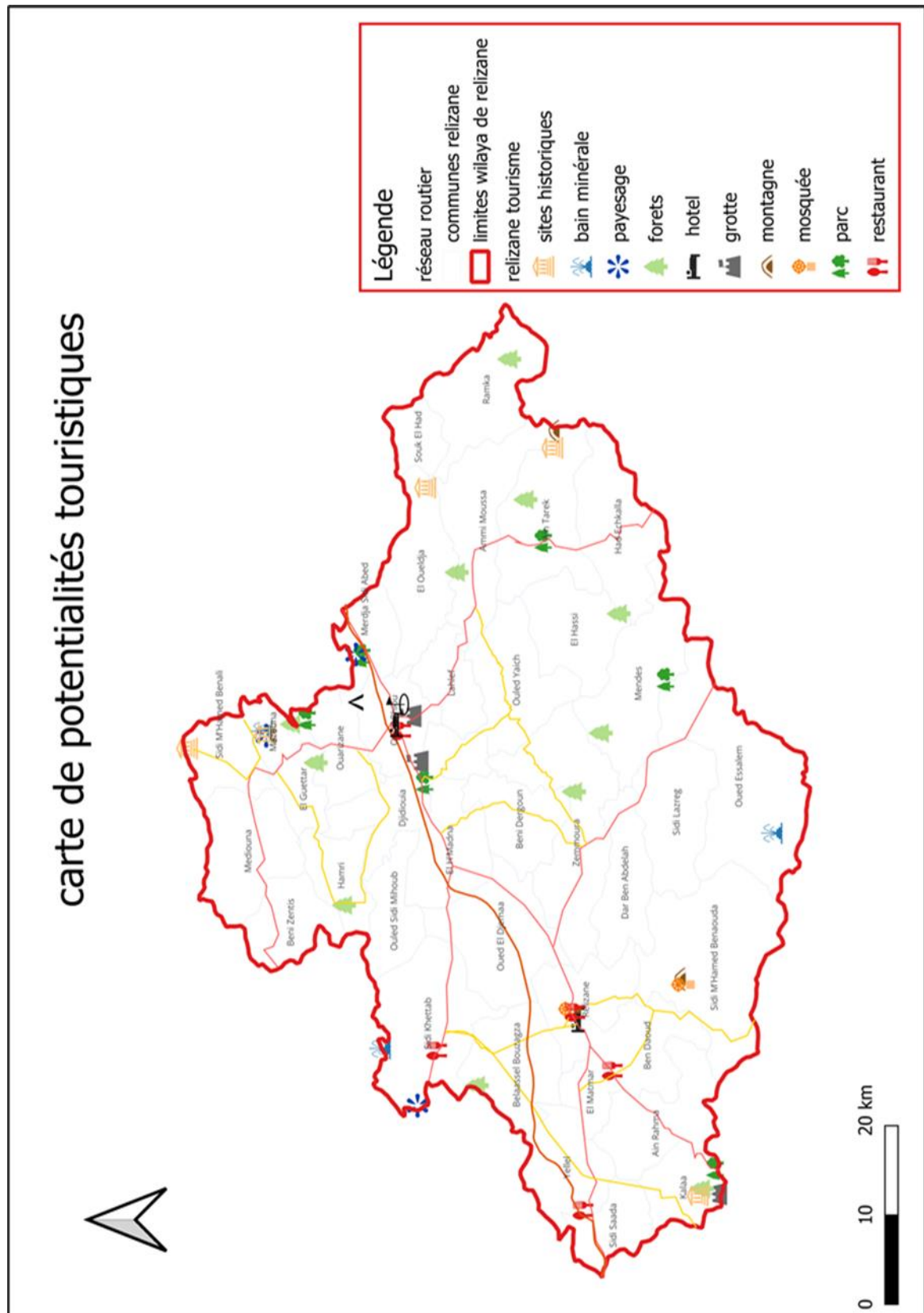


- La symbologie des zones touristiques : figure (29) :



Dans cette section, les coordonnées des entités géographiques (évaluation et cartographie de) obtenues sur le terrain lors de notre enquête sont exportées à partir du plan et avec l'aide de l'entrée de la carte dans l'ordinateur pour ensuite être intégrées dans le SIG

Figure (30) : carte de potentialités touristiques .



carte réalisés par l'étudiante : Benchaa Asma

Conclusion :

Dans ce projet de fine étude, nous avons fait une étude des sites touristiques dans la willaya de Relizane , suivi dans l'application de système d'information géographique S.I.G .Ainsi, la connaissance et l'étude de ces sites sont d'une grande importance et permettent de produire des modèles et des cartes objectives. L'objectif principal de ce travail est la promotion de ces lieux touristiques à Relizane . La méthodologie est basée de manière basique sur la collecte, l'agrégation et le traitement des données à l'aide du logiciel Qgis 3.32.2.

Conclusion générale :

Disposant d'atouts et d'opportunités touristiques non négligeables, la wilaya de Relizane s'efforce à promouvoir le secteur du tourisme en essayant de se positionner sur le plan national avec l'exploitation à bon escient de ses richesses dans le domaine entre autres des sources thermales, les plans d'eau (trois barrages), les monuments islamiques et historiques, les forêts récréatives non encore mises en œuvre et l'artisanat dans toutes ses dimensions.

La wilaya de Relizane nourrit de larges ambitions de promouvoir les activités touristiques et la destination de cette région aux potentialités naturelles et archéologiques innombrables susceptibles de promouvoir l'investissement dans le tourisme des montagnes, d'appuyer l'économie locale et de contribuer à la diversification des ressources de l'économie nationale. En effet, c'est une rencontre empreinte de toute cette bonne volonté de bien faire et d'aller de l'avant, à laquelle étaient conviés des investisseurs dans le Tourisme, en fin de semaine, avec le wali et les directeurs de l'exécutif comme ceux du Tourisme, de l'Environnement, des PME/PMI, du DH et du DTP, afin d'évoquer les contraintes et obstacles ainsi que les mesures à prendre, à même de booster et dynamiser un secteur, encore à la traîne, en matière de tourisme, dans une région qui ne manque pas de potentialités. D'emblée, le wali prendra la parole pour indiquer les zones, appelées à recevoir des investissements dans le tourisme, le long de la combe de Merdjat Sidi Abed, dans la daïra d'Oued R'Hiou, tout en étalant le plan établi par les pouvoirs publics, en matière de création de trois forêts récréatives, 4 aires de détente, 1 manège à Merdjat Sidi Abed, l'aménagement de terrains de camping pour les jeunes, les lacs exploitables et ce, dans le respect de l'Environnement.

Références bibliographique

- [1]- larousse encyclopedic divers tourisme
- [2]- **c.d mayer** ,le tourisme .essai de definition , management etavenir,2005/1-n°3
- [3]- **D.MacCannell** ;the tourist:a new theory of the leisureclass;New York;Schocken books.1977
- [4]-**cevenes**- ecotourisme.la demande en tourisme durable
- [5]- dictionnaire de géographier p435
- [6]- Tourise vert.écotourisme-rural-montagnard
- [7]-breve-histoire- du tourisme/2015/3/5
- [8]- **A.Q.Iacoo**,propos historique sur le tourisme ,centre d'étude du tourisme ,université d'aix_marseille,1971
- [9]- **P.Cuvelier**,op-cit :p25
- [10]- Idem, p 22.
- [11]- **P. Cuvelier**, Op-cit : p 25
- [12]- Idem p : 28
- [13]-Le tourisme -se-developpe-depuis-les anneés-50
- [14]- Cfe/tourisme
- [15]- Dictionnaire de géographie p438
- [16]-Cours.tourisme dans le monde
- [17]-**Pierre Desmet**, promotion des ventes du 13à la douzaine au marketing direct, édition Nathan 1992, Paris, p125
- [18]- **ROBERD LANQUAR ET ROBERT HOLIER**, Op.cit., p45
19 IBID,p57
- [20]- IBID ,p68

[21]- **ROBERD LANQUAR ET ROBERT HOKLIER**, Op.cit., p63

تعريف-الترويج-السياحي /

[22]- Pierre Desmet, Op.cit. p 143

[23]-IBID,p84

[24] - **J.-J. Jordi**, « Le temps des hiverneurs », in C. **Zytnicki et H. Kazdaghli** (dir.), Le tourisme dans l'Empire français, op. cit., p. 29-36.

[25]- **P. Gaffarel**, Algérie, histoire, conquête et colonisation, Paris, Serre, 1883

[26]- Essai sur les déterminants de la demande touristique en

Algérie : Enquête de terrain auprès des touristes étrangers

et des dirigeants des établissements touristiques

[27] - SDAT SCHEMA DIRECTEUR D'AMENAGEMENT
TOURISTIQUE"SDAT 2030», Algérie, 2030.

[28]- algerie.cz.

[29]- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du
Tourisme.

[30]- Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du
Tourisme ; Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT Janvier
2008 Livre 5 : Les projets prioritaires touristiques, Janvier 2008.

[31]- Toutes ces dynamiques sont expliquées dans le 2ème livre de la page 20
jusqu'à 60.

[32]- Dans ce livre 03 du SDAT plus d'explication peuvent être trouvées, une
présentation plus détaillées pour chaque pôle, leurs objectifs, etc.

[33]- Essai sur les déterminants de la demande touristique en Algérie : Enquête
de terrain auprès des touristes étrangers et des dirigeants des établissements
touristiques.p87

[34]- SNAT/SRAT

[35]- Direction de la Programmation et du Suivi Budgétaires

[36]- (Source DPSB/DTP/Direction des Transports)

- Les mémoires utilisées :

Mémoire de recherche Master1 : la communication touristique étude de cas Dordogne-périgord .

Mémoire Master 2 l'influence de la qualité de la prestation sur la satisfaction des clients touristiques cas de l'hôtel « ITTOURAR ».

Mémoire Master 2 la promotion touristiques au service de la fidélisation cas : agence de voyage et tourisme YALAS TOURS.