

UNCTAD
Single-year Expert Meeting on
Tourism's Contribution to Sustainable Development

Geneva, Palais des Nations, Salle XXVI, 14-15 March 2013

Ahmed Sid
Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Algérie

Eléments de la Stratégie de Développement du Tourisme en Algérie

The views expressed are those of the author and do not necessarily reflect the views of UNCTAD

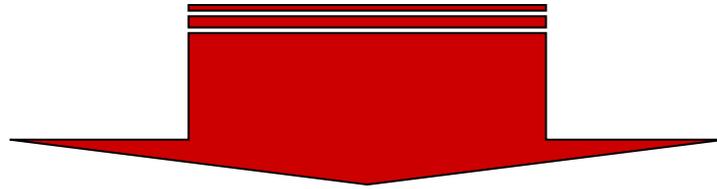
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

**Eléments de la Stratégie de
Développement du Tourisme en Algérie.**

**Réunion d'experts sur la contribution du tourisme à un développement durable.
CNUCED, Genève, les 14 et 15 mars 2013.**

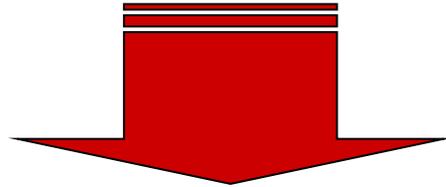
Le tourisme :



Par ses effets attendus en Algérie, le tourisme n'est **plus un choix**, c'est une **priorité économique nationale**.

Le tourisme est un vecteur clé de développement socioéconomique.

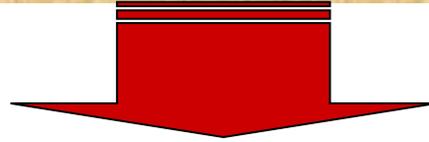
L'émergence de l'Algérie comme destination touristique compétitive, avec deux objectifs :



- 1. Montée en puissance du tourisme national.**
- 2. L'insertion dans les réseaux du commerce international du tourisme.**

Pour cela :

Définition d'une démarche organisée et durable.



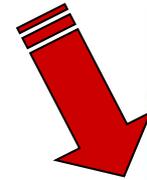
- La démarche est traduite dans l'élaboration du **Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique à l'horizon 2030 (SDAT)**.
 - Une politique à long terme.
- Le SDAT tire son essence et sa cohérence du **Schéma National d'Aménagement du Territoire**.

Une stratégie d'ensemble.

Le SDAT : **cadre référentiel pour la « mise en tourisme » de l'Algérie.**



**• Adopté par le
Gouvernement
(en 2008)**



**• Une large concertation
locale, nationale et
internationale.**

**• Décliné de manière
opérationnelle en actions
concrètes sur le terrain
(en cours d'exécution).**

Contexte et objectifs du SDAT :

Le Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique (SDAT) est une composante du Schéma National d'Aménagement du Territoire (SNAT), lequel montre comment l'État compte assurer le triple équilibre, à l'échelle du pays tout entier, pour les vingt ans à venir, de :



L'efficacité économique,

L'amélioration du cadre de vie,

Et :

Le développement durable.

Dans ce contexte, le SDAT est 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 compétitive.

Le SDAT poursuit trois objectifs majeurs :

- 1. Améliorer les équilibres macroéconomiques : l'emploi, la croissance, la balance commerciale et financière et l'investissement.**
- 2. Déclencher des effets d'entraînement sur les autres secteurs de l'économie algérienne.**
- 3. Aider à la dynamisation des échanges et à l'ouverture tant au niveau national qu'international.**

Les enjeux du développement touristique de l'Algérie :

Enjeux économiques :
Ressources en moyens de paiement extérieurs,
Effets sur la balance des paiements,
Effets d'entraînement sur les autres secteurs productifs.

Enjeux d'image :
Amélioration de l'image du pays,
Valorisation et attractivité en matière d'investissements et de flux touristiques.

Enjeux sur l'emploi :
Emplois directs et indirects,
Insertion des jeunes,
Fixation des populations,
Dynamiques territoriales.

**LE TOURISME COMME VECTEUR
DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE,
D'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE
ET
D'OUVERTURE INTERNATIONALE.**

Enjeux culturels :
Valorisation du patrimoine culturel matériel et immatériel,
Facteur d'ouverture et d'échanges, Facteur de paix et de dialogue entre les cultures.

Enjeux d'aménagement régional et de développement local :
Structuration des territoires,
Sensibilisation environnementale,
Logique économique de valorisation et de préservation des ressources.

Un potentiel touristique important : carte gagnante.

ATOUS HERITÉS

Un riche patrimoine naturel, culturel & historique :

- ✓ "SUDS" sahariens,
- ✓ Littoral de qualité, doté de sites exceptionnels,
- ✓ Sites urbains,
- ✓ Sources thermales (+ de 200),
- ✓ Patrimoine archéologique et historique.

Un climat modéré

La proximité des principaux marchés émetteurs

ATOUS CONSTRUITS

Une image de marque liée au Tourisme saharien (Désert), notamment sur le plan international

ATOUS EN CONSTRUCTION

Une infrastructure matérielle et immatérielle en plein essor :

- ✓ Grandes infrastructures et grands projets dans le transport (autoroutier, ferroviaire, aéroportuaire et portuaire).
- ✓ Grands chantiers hydrauliques et énergétiques.
- ✓ Grands chantiers des technologies de l'information et de la communication (TIC).

Tendances Piliers du Tourisme :

Les grandes tendances internationales :

**Une exigence accrue
de qualité et de
diversité.**

**Un besoin d'espace de
divertissement.**

**Une forte sensibilité
au rapport
Qualité/Prix, une
habitude de comparer.**

Des tendances internationales :

- Qui rejoignent les thématiques présentes dans les choix de positionnement de l'Algérie et témoignent en particulier de l'importance des thématiques liées au Tourisme Durable et Responsable : Ecotourisme, Découverte culturelle davantage ancrée dans les territoires, ...
- Qui confortent le choix du SDAT d'un positionnement qualitatif, diversifié en termes de thématiques, mixant au sein même des filières une pluralité d'activités (offre enrichie),
- ...et qui donnent de l'importance à un atout de la Destination Algérie : la mixité « naturelle » des Pôles Touristiques (Urbain + Balnéaire, entre autres, dans le Nord ... et Désert + Culturel et Patrimonial, entre autres, dans le Sud).

Le Nouveau Positionnement du Tourisme Algérien :

- Se positionner sur de nouveaux **produits phares porteurs**.
 - Profiter des expériences des **concurrents du bassin méditerranéen**.
- Adaptation aux nouvelles tendances de la consommation et à la **demande internationale**.
- Tenir compte de l'existence d'une forte demande de la **clientèle nationale**.

Répondre à la demande nationale et internationale.

Le nouveau positionnement du tourisme algérien : les Cinq (5) Dynamiques Fondatrices.

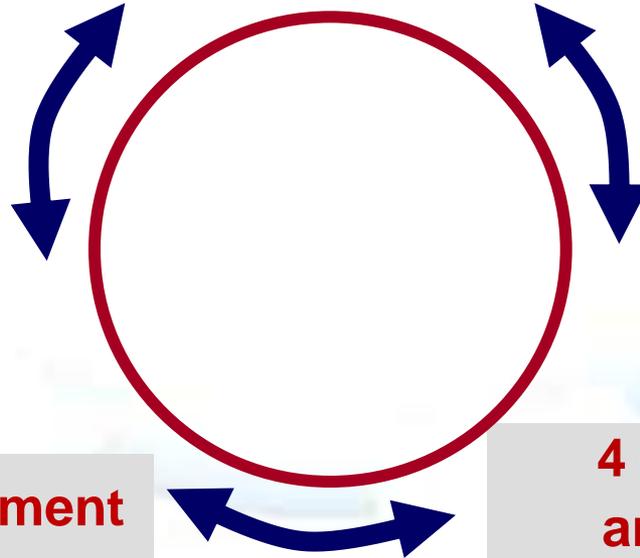
1 – Plan Destination Algérie : Accroître l'attractivité
et la notoriété de la Destination Algérie.

2 – Le développement
des Investissements.

3 - Le Plan Qualité
Tourisme (PQT).

5 - Mobiliser le financement
opérationnel.

4 – La transversalité :
articulation de la chaîne
touristique et Partenariat
Public-Privé .



Dynamique 1 :

⌘ Plan Destination Algérie ⌘

- **Le nouveau concept du tourisme algérien se fonde sur les atouts naturels et construits du pays et sur les tendances actuelles en matière de tourisme mondial.**

Il définit 7 filières qu'il s'agit de promouvoir :

1- Tourisme interne.

2- Tourisme Saharien « Désert » (parmi les "must" de la planète).



- 3- Tourisme Balnéaire** (sur le segment littoral méditerranéen).
- 4- Tourisme de Ville** (avec des sous-filières variées et complémentaires : les loisirs périurbains et le fun-shopping, le tourisme d'affaires, la découverte des cœurs de villes...).
- 5- Tourisme Thermal** et de Bien-être.
- 6- Tourisme Culturel** et Événementiel.
- 7- Tourisme de Niches**, constitutives du tourisme moderne (plongée, chasse, escalade, raid, marathon...).

Dynamique 2 : **⌘ Développement de l'Investissement ⌘**

Les 5 prérequis pour l'investissement :

**Classement
et étude des
Zones
d'Expansion
Touristique**

**Assainissement
du foncier**

**Accessibilité
et Viabilisation**

**Reconstitution
du stock
foncier**

**Préservation et
valorisation des
sites touristiques.**

Facteurs de succès de l'investissement touristique :

- ◆ La disponibilité du foncier,
- ◆ Le respect de l'environnement,
- ◆ L'Excellence et la qualité du projet,
- ◆ L'insertion du projet dans le territoire,
- ◆ Le respect de la densité,
- ◆ L'urbanisme et l'architecture d'excellence,
- ◆ La démarche partenariale.

Management Général d'un projet touristique :

Etude de concept et définition.

Management du Projet :

- **Master Plan,**
- **Business Plan,**
- **Garantie financière,**
- **Etude d'impact.**

- **Étude environnementale,**
- **Étude d'aménagement,**
- **Étude urbanistique,**
- **Etude des réseaux,**
- **Etude paysagère,**
- **Etude architecturale.**

Réalisation et exploitation.

Dynamique 3 :

**☞ Plan Qualité Tourisme ☞
(PQT)**

Contexte :

Un environnement international de plus en plus compétitif :

- ➔ **Meilleur rapport Qualité/Prix.**
- ➔ **Des clientèles à conquérir ou reconquérir.**
- ➔ **Des attentes de plus en plus élevées d'accueil, d'hygiène et de sécurité de la part des touristes, nationaux ou internationaux.**
- ➔ **Des standards internationaux en forte évolution.**

Le PQT, une réponse volontaire et structurante pour l'offre touristique.

Les principes fondamentaux de succès d'une démarche de qualité:

- 1. La mobilisation et le volontariat de l'ensemble de la chaîne touristique.**
- 2. L'écoute Client/Consommateur.**
- 3. L'inscription du dispositif dans une logique d'amélioration continue.**

Le « PQT », c'est quoi ?

Une dynamique d'amélioration de la qualité de l'offre touristique.

Une perspective de promotion de la « Destination Algérie », tant en Algérie qu'à l'étranger.

Une ambition de fédérer, sous la marque « Qualité Tourisme », l'ensemble des démarches qualité engagées par les différents acteurs du tourisme.

Les Objectifs du PQT (1) :

Objectifs généraux pour :

➔ **Renforcer la compétitivité nationale.**

➔ **Valoriser les territoires touristiques.**

➔ **Assister les professionnels engagés dans la démarche de qualité, en les accompagnant dans les opérations de modernisation et de formation.**

➔ **✳ Assurer l'intégration des entreprises touristiques portant la marque « Qualité Tourisme » dans les circuits commerciaux du tourisme.**

Les Objectifs du PQT (2) :

11 Objectifs spécifiques pour l'entreprise touristique :

1

Information,
communication et
promotion.

2

Accueil personnalisé.

3

Compétence du personnel.

4

Comportement du personnel.

5

Confort des lieux.

6

Nature des équipements et des
installations et utilisation des TIC.

7

Propreté des lieux.

8

Entretien des lieux.

9

Respect de l'Environnement.

10

Valorisation du patrimoine local.

11

Informations sur les mesures de sécurité.



**Ces objectifs spécifiques se détaillent
en engagements de qualité
qui forment le
« Référentiel National de la Qualité ».**

Le « PQT », pour qui ?

□ Considérant que la notion de qualité concerne les différents niveaux de la production touristique, le « PQT » prend en compte l'ensemble des activités touristiques au cœur de cette production, notamment



- 1- L'Hôtellerie,
- 2- Le Thermalisme et la Thalassothérapie,
- 3- Les Voyageurs,
- 4- La Restauration Classée.

Le « PQT », comment ? (1)

Critères d'attribution de la marque « Qualité Tourisme » :

La marque nationale « Qualité Tourisme », basée sur l'excellence, sera attribuée à l'ensemble des entreprises touristiques concernées respectant les conditions d'adhésion suivantes :

- 
- 1- Répondre aux engagements de qualité,**
 - 2- Suivre une démarche de qualité basée sur un audit externe,**
 - 3- Mettre en place une cellule permanente chargée de l'audit interne,**
 - 4- Etre conforme aux conditions d'exploitation et d'exercice de l'activité,**
 - 5- Etre conforme aux règles d'hygiène et de sécurité,**
 - 6- Intégrer la dimension environnementale,**
 - 7- Mettre en place un système de prise en charge et de traitement des réclamations émanant de la clientèle.**

Le « PQT », comment ? (2)

Matérialisation de la marque « Qualité Tourisme » :

La marque « Qualité Tourisme » sera matérialisée par l'attribution à tout professionnel engagé dans la démarche d'un panneau portant la mention « **Qualité Tourisme » qui constitue une garantie pour les touristes et, ainsi, une meilleure image de marque.**

PQT et Formation :

- La mise en œuvre du PQT est adossée à un véritable **Plan de Formation** qui va au cœur des métiers et qui vise les objectifs stratégiques suivants :

1. Renforcer les compétences et la professionnalisation des personnels.

2. Adapter les contenus et programmes de formation technique et professionnelle aux besoins réels du secteur.

3. Promouvoir un système de formation et de requalification des professionnels du tourisme conforme aux standards internationaux.

4. Garantir une adéquation de l'offre de formation à la demande et aux exigences de développement du secteur.

Dynamique 4 :

☞ La transversalité :

**articulation de la chaîne touristique et
Partenariat Public-Privé (PPP) ☞**

La démarche adoptée :

- Activer en rang organisé.
- Créer un partenariat entre les opérateurs œuvrant dans la chaîne de production et de distribution des produits touristiques.
- Assurer une cohérence de l'offre touristique, dans le cadre d'un partenariat associant tous les acteurs concernés.

Dynamique 5 :

⌘ Le Financement Opérationnel ⌘

Ce plan est orienté en direction du soutien aux activités touristiques et aux investisseurs, à travers :

- Partenariats avec les institutions financières et les banques,**
- Mise en relation des promoteurs et investisseurs avec les banquiers et les financiers pour assurer des montages de projets fiables.**

Appui et accompagnement des promoteurs et porteurs de projets d'investissement touristique, auprès des services concernés pour l'obtention des différentes autorisations administratives nécessaires au lancement des projets,

- Batterie de mesures financières et économiques consenties par l'Etat (incluses dans les lois de finances).**

MERCI DE VOTRE ATTENTION.