

Chapitre II :

Analyse du marché touristique algérien et de ses concurrents : Maroc et Tunisie

Section 01: Le tourisme en Tunisie

1- le poids économique du tourisme :

Le tourisme, 2^{ème} secteur employeur après l'agriculture générant près de 400 mille emplois directs et indirects, est considéré comme l'un des piliers de l'économie nationale tunisienne, il contribue en 2009 pour 3.13% du Produit intérieur brut (PIB) d'un montant total de 2834,8 millions de dinars tunisien, représentant ainsi la principale source de revenus en devise du pays.

Il est à noter que le secteur touristique constitue une source primordiale de revenus ; spécialement en temps de crise, comme le montre le tableau ci-dessous, les recettes touristiques en Tunisie, ont enregistré une croissance soutenue de 2006 à 2009, ce qui contraste avec la situation des autres pays qui déplorent des baisses suite à la crise économique et financière.

| Evolution des revenus touristiques en MTND | | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| Année | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 P |
| Recettes touristiques | 2 825,2 | 3 077,3 | 3 390,2 | 3 459,0 | 3 735,8 |

P= prévisions

Tableau N° : évolution des revenus touristiques
Source : Ministère du Développement et de la Coopération internationale

Activité économique de grande importance, le tourisme est en un pivot de développement, outre le fait qu'il représente une culture et un art de communication internationale. La Tunisie s'efforce de développer ce secteur davantage ce qui est crucial dans un monde en mutations.

Depuis plus d'une décennie, l'économie tunisienne s'est engagée dans un processus de restructuration et de mise à niveau de son tissu productif. Le tourisme, branche clé du pays, constitue un support privilégié de cet ajustement. Ce secteur est porteur de dynamiques susceptibles de se diffuser à l'ensemble de l'économie et peut être considéré comme un point d'ancrage favorable, au développement durable.

L'un des atouts majeurs de l'industrie du tourisme en Tunisie est le tissu de relations et de partenariats internationaux tissé au fil d'une longue tradition d'hospitalité. Une infrastructure très développée en matière de transports et de capacité hôtelière y contribue également. Les chaînes d'hôtels sur place jouent un rôle central dans cet équilibre entre entités publiques et

privées dans le secteur du tourisme. Le pays renforce encore cette attirance par une ouverture d'esprit et une grande tolérance envers les visiteurs. En effet la Tunisie dépense plus de 300 millions de dinars chaque année pour satisfaire sa clientèle et répondre aux besoins et exigences de celle-ci

2- les données liées au tourisme :

a) L'offre touristique en Tunisie :

En Tunisie, il y a des paysages spécifiques, un patrimoine culturel sans doute unique et des potentialités suffisamment séduisantes pour occuper une bonne place dans le tourisme mondial. En quelques années, la Tunisie est devenue la deuxième destination mondiale du tourisme de santé. Le climat étant favorable pour les personnes âgées, les ressources humaines sont suffisamment qualifiées pour soigner les maux du troisième âge, à un prix compétitif ; le secteur s'est alors développé. Le tourisme de chasse, le golf et les congrès sont des filières très spécifiques destinées à des catégories bien déterminées de clientèle. Encore faut-il savoir les toucher, les accueillir et enfin les héberger.

Un regard rapide sur l'évolution de la capacité hôtelière et des arrivées de non résidents entre 2001 et 2007 montre une relative stabilité et une certaine harmonie depuis 2006. (Annexe)

La Tunisie, selon les statistiques a enregistré en 2009 près de 6.9 millions de touristes, pour une capacité de 849 établissements hôteliers, offrant quelque 239 000 lits, 10 terrains de golf, 6 ports de plaisance.²

(2) Chiffres pris par l'architecte Mohamed Sadok CHAIEB lors de l'intervention de Khaled Trabelsi, architecte ONTT, dans le colloque : quelle architecture pour quel tourisme, UTC, Tunis, Mai 2009. Et publiés dans le magazine archi-mag le : 19-04-2010.

❖ les formes de tourisme en Tunisie :

➤ Le tourisme de masse :

Le secteur touristique en Tunisie, tente d'échapper à cette image de destination de masse aux prix bradés à laquelle il a longtemps été assimilé, mais qui a toujours constitué la principale source de revenus touristique.

En effet Le développement du tourisme de masse est dangereux, Il entraîne des effets en chaîne ; urbanisation, afflux de populations pauvres, désocialisation, délinquance, prostitution. Les intérêts commerciaux des uns et les plaisirs des autres priment sur la protection de l'environnement et sur l'intérêt à long terme des populations locales.

Le tourisme de masse étouffe les pays tels que la Tunisie. Fatigués des Zoos humains et des attractions prétendument exotiques, de plus en plus de voyageurs se laissent séduire par des nouvelles manières de découvrir le monde en se détournant des destinations classiques telles

que la Tunisie. Enfin, l'invasion chaotique des constructions hôtelières a souvent modifié l'équilibre naturel et l'érosion du littoral a atteint un stade critique dans de nombreux pays comme la Tunisie.

La Tunisie travaille surtout maintenant à développer ses attraits en tant que destination de luxe en diversifiant son offre touristique, mais cela ne signifie pas qu'elle va abandonner ses forfaits à bas prix. Bien au contraire, cette formule est la pierre angulaire de son tourisme et la croissance des compagnies aériennes économiques dans la région devrait aider la Tunisie à rester une destination à prix compétitif.

➤ Le tourisme balnéaire :

. Forte de ses 1 300 km de côtes, dont 600 de plages, la Tunisie offre un cadre de choix pour des séjours balnéaires. Rien d'étonnant à ce que les hôtels aient fleuri sur son littoral, transformant les anciens villages de pêcheurs en stations à la mode ou créant de vastes complexes de loisirs là où il n'y avait que du sable à perte de vue. De Djerba à Tabarka, le paysage côtier s'est modelé en fonction de l'afflux croissant de touristes.

En fonction de son histoire et de son développement, chaque station balnéaire offre un visage spécifique. A Djerba par exemple, les hôtels s'efforcent de reproduire l'architecture des villages de l'île en privilégiant des structures peu élevées aux formes arrondies. Ce sont les fameux menzels qui, encore il y a peu, constituaient les seuls bâtiments djerbiens. Ces maisons carrées aux toitures voûtées ou en coupole affichent des murs à la blancheur éclatante. Traditionnellement, la seule ouverture de ces demeures est constituée par la porte, mais on trouve aussi quelquefois d'étroites fenêtres protégées par des grilles. Bien sûr, les hôtels ont adapté cette architecture un peu austère aux souhaits des vacanciers : larges baies vitrées, balcons ou terrasses donnant le plus souvent sur des îlots de verdure. Et les établissements dits de première position se situent les pieds dans l'eau, au bord de plages soigneusement entretenues.

Ce secteur contribue à mettre en valeur certaines régions, essentiellement celles du littoral oriental, cumulant plus de 95 % des lits :

- Djerba (30,46 % des nuitées en 2008) ;
- Sousse (25,15 %) ;
- Nabeul Hammamet (20,87 %) ;
- Sfax Monastir (13,41 %) ;
- Yasmine Hammamet (10,11 %)¹.

1 « Tunisie : l'année touristique 2008 en chiffres », *Babnet*, 28 janvier 2009 [archive]

La thalasso thérapie : <http://www.montrealceca2008.org/47.html>

:

Forte d'une quarantaine de centres de thalassothérapie, la Tunisie s'impose comme la deuxième destination après la France pour s'offrir une cure iodée. Bénéficiant d'installations dernier cri et pourvue d'un personnel qualifié, elle permet de profiter des vertus de l'eau de mer à des tarifs très étudiés.

en quelques années, le paysage a considérablement évolué et la Tunisie s'est engagée sur les voies de l'excellence qui va en faire d'ici peu une destination « bien être » de premier ordre, positionnée « haut de gamme » loin devant les modèles dont elle s'est inspirée. La thalasso thérapie a connu un développement fulgurant et représente aujourd'hui plus de 140 000

curistes 40 établissements sont actuellement en fonctionnant selon des standards internationaux des plus exigeants et une vingtaine en projet ou en cours de construction.

Quant au thermalisme, si la richesse des nombreuses sources minérales a toujours été exploitée localement, la rénovation des stations thermales telles que Grand Korbous, Bent Jdidi et Hammamet Gabès est devenue une priorité pour les autorités tunisiennes qui souhaitent également mettre en valeur le tourisme thermal sous toutes ses formes ; villages thermales, institut de remise en forme thermales, thermo ludisme, réhabilitation de la culture des hammams traditionnels.

- Le thermalisme : se définit comme l'ensemble des moyens médicaux , sociaux , sanitaires, administratifs et d'accueil, mis en œuvre pour l'utilisation à des fins thérapeutiques d'agents naturels que sont les eaux thermales et minérales, les gaz thermaux, et les boues thermale. Il recouvre l'ensemble des activités se rapportant à la thérapeutique thermale ou crénothérapie.
- Le tourisme culturel et de la découverte :

La Tunisie constitue une destination prisée par les touristes de part le monde, grâce à sa position géographique stratégique, à ses spécificités culturelles et civilisationnelles et au climat de stabilité politique et sociale qui y prévaut.

En effet , La Tunisie exerce une attirance naturelle sur les touristes, les villes historiques de l'arrière pays et les ruines romaines et puniques de Carthage et de Dougga et les nombreuses madrasas bien conservées de Kairouan, les vieux villages berbères entourant Médenine sont des bijoux architecturaux qui constituent un important patrimoine historique et arabo-islamique, qui attire un grand nombre de touristes d'autant plus qu'il constitue "un produit" que l'on peut visiter tout au long de l'année, car il n'est pas soumis à la concurrence directe dont souffrent les autres produits touristiques.

Ces spécificités culturelles représentent le principal facteur d'attraction des touristes en Tunisie, qui veulent visiter les sites archéologiques, les monuments historiques et les musées et prendre connaissance des Arts et de l'artisanat ou assister aux manifestations culturelles comme les festivals, les expositions et les conférences.

.

b) L'offre touristique des villes de référence :

❖ Tunis :

Tout à tour banlieue de la puissante Carthage, comptoir romain, capitale de l'empire Hafsiden, puis de la régence ottoman, Tunis capitale de la Tunisie moderne , est l'incarnation de son histoire trois fois millénaire.

Elle est classée aujourd'hui chef lieu du plus important pôle industriel de la Tunisie.

Tunis s'ouvre sur la méditerranée, s'étendant sur 30KM jusqu'à la banlieue de la Marsa au Nord et compte près de 900.000 habitants.

Elle jouit d'un climat méditerranéen rythmé par des hivers doux et des étés chauds, où le tourisme revêt un respect non négligeable tant à l'échelle culturelle qu'économique.

La capitale Tunisienne recèle un riche patrimoine culturel. Aussi, la ville est un haut lieu d'histoire. De l'ancienne ville Médina aux ruines de l'antique Carthage, Tunis s'étend aux bord de la méditerranée et offre aux touristes le charme envoûtant de ses banlieues (Sidi Bou Saïd, et Gammarth) ; le Musée du Bardou quant à lui renferme des trésors inestimables dont la plus importante collection de mosaïques au monde (Geneviève Goussaud-Falgas, Tunis la ville moderne, Alan Sutton éditions, France, 2005).

Le site archéologique de Carthage pour sa part, témoigne de richesses historiques de la ville de Tunis. La Médina avec ses monuments religieux, ses anciennes écoles coraniques, et ses grandes demeures furent classées patrimoine mondiaux par l'UNESCO notamment de part son urbanisme arabo-musulman.

Pour ce qui est du tourisme religieux, des visites de la mosquée Zitounan ou Hammouda-Pacha, de la cathédrale Saint-Vincent-de-Paul., de la Grande Synagogue de tunis, ou encore de la Mosquée Youssef Dey témoignent de la diversité spirituelle de Tunis.

La plus importante des villes de la Tunisie, offre à ses visiteurs le charme tranquille de ses banlieues balnéaires ; de La Goulette à Gammarth, en passant par Sidi Bou Saïd, et la Marsa, l'antique côte qui avait été la majestueuse Carthage, est une succession de plages, tantôt de sable fin, tantôt rocheuses. Les restaurants, les cafés les boites de nuits et les beaux cartiers de la banlieue Nord, qui se mêlent au style architectural si typique, bordent les ruelles tortueuses et où se promener est un véritable plaisir.

En plus de ses sites touristiques à visiter, le contact avec la population tunisoise à travers les promenades dans les marchés animés, permet d'apprécier le savoir-faire traditionnel des artisans et commerçants installés selon une hiérarchie mais aussi selon leurs spécialités dont le tissage de la soie, la confection de vêtements, la fabrication des babouches et chéchias, la poterie, les parfums, la sellerie et bien d'autres produits. (Idem Geneviève Goussaud-falgas)

Par ailleurs, la dégustation de la gastronomie Tunisienne est appréciée par les convives ; on citera le célèbre couscous tunisien dit « chakchouka », la salade « mechouia » et le traditionnel thé à la menthe servi en signe d'hospitalité.

- L'offre touristique dans la ville de Tunis :

| Catégorie | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | NC | Total |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| NB lits | 7003 33.18% | 5125 24.28% | 5422 25.68% | 1035 4.90% | 505 2.39% | 2018 9.56% | 21108 100% |
| NB établissements | 16 | 11 | 26 | 11 | 7 | 39 | 110 |

Tableau N° : répartition de la capacité hôtelière en lits par catégorie (TnisZaghouan)

NC : non classée, source : office national du tourisme tunisien 2007.

Nous constatons une dominance des hôtels haut de gamme 5* et 4*, répondant aux besoins de la clientèle ciblée. Qui représente 544 965 touristes en 2006 (voir annexe4)

- ❖ La ville de Hammamet :

La ville de Hammamet, surnommée le Saint Tropez tunisien compte 70000 habitants (le nombre se multiplie par quatre en été) et 3600 hectares de superficie, elle se trouve à peu près à mi-chemin entre Tunis (64KM) et Sousse la perle du sahel (84Km).

Le climat de Hammamet est méditerranéen doux et ensoleillé ; ce temple contemporain du tourisme balnéaire qui fait encore le bonheur des milliers de touristes notamment étrangers, carrefour international où chacun s'enrichit au contact de l'autre, ville historique à facettes, îlots, de plaisirs et de farniente, Hammamet est un peu de tout ça. Mais aussi une ville en pleine mutation socio-économique culturelle et écologique.

Depuis trois décennies, avec l'avènement du tourisme industriel de masse, grand pourvoyeur de devise étrangères, et le passage de la petite ville pittoresque à la ville touristique tentaculaire englobant, Hammamet Sud, avec la naissance de la gigantesque station touristique intégrée : Yasmine –Hammamet, la ville devient des lors, un grand pôle d'attraction pour les tunisiens et les étrangers.

Malgré les milliers de touristes qui envahissent chaque année, la ville a conservé un certain charme. Sa Médian entourée de remparts abrite des Souks, d'étoffes et de parfums. Les rues étroites et fleuries sont une invitation à une longue promenade. « si vous y venez au printemps, vous humerez les effluves des fleurs d'orangers. On en oublierait presque de visiter la magnifique villa Sébastien à l'ouest de la ville.

La Casbha, érigée au 14^{ème} siècle, sur un ancien fort, fut le quartier général de la légion étrangère. du haut de celle-ci vous aurez un superbe panorama sur la médina, ses toits, ses terrasses, et sur la baie de Hammamet ». EM ; l'amoureuse de Hammamet, novembre 2007, article publié sur le site Internet : www.hammamet-flash.com.

Face à la plage, sont construits de nombreux hôtels modernes, derniers en date, la nouvelle ville de Yasmine Hammamet, qui est composée d'une cinquantaine d'hôtels de restaurants, d'un port de plaisance, d'un parc d'attraction pour s'amuser et se détendre, « Carthage land » est le premier parc d'attraction tunisien à voir le jour.

- L'offre touristique :

Hammamet a acquis ces dernières années une réputation mondiale de station balnéaire avec un équipement hôtelier et touristique de premier qualité, consacrée essentiellement au tourisme.

| Catégorie | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | Appart-hotel | Villages vacances | Pensions familiale | NC | Total |
|-----------------|------|-------|-------|------|-----|--------------|-------------------|--------------------|-----|-------|
| Nabeul Hammamet | 2410 | 13401 | 16442 | 6635 | 435 | 484 | 2902 | 398 | 148 | 43255 |
| NB d'étab | 5 | 27 | 36 | 24 | 6 | 3 | 5 | 16 | 2 | 124 |

| | | | | | | | | | | |
|------------------|------|------|------|--|--|--|--|--|--|-------------|
| Yasmine Hammamet | 6754 | 8424 | 2782 | | | | | | | 17960 43 |
| NB d'étab | 14 | 24 | 7 | | | | | | | |

Tableau N° : répartition de la capacité hôtelière en lits par catégorie (Hammamet).
NC : non classé source : office national du tourisme tunisien 2007.

Nous constatons que le nombre délits au sein des établissements haut de gamme à savoir 4* et 5* constituent la majorité ; par contre on remarque la faiblesse des hotels de moyenne gamme ; ce qui s'explique par une forte présence d'une clientèle exigeante qui représente en 2006 près de 771 768 de touriste a Hammamet (voir annexe 4) d'où la nécessité d'infrastructures de luxe.

c) La demande touristique en Tunisie :

Pour évaluer les performances du secteur, les professionnels du tourisme privilégient le nombre d'entrées et de nuitées des touristes comme approximations significatifs de la demande touristique en Tunisie. Ainsi, de part son caractère indicateur de « l'intensité touristique » d'une destination, le nombre de nuitées reflètent la durée du séjour et permet d'évaluer l'infrastructure hôtelière offerte à l'hébergement, il est donc pertinent de retenir ces variable comme approximation quantitative de la demande adressée au marché touristique tunisien.

❖ Le nombre d'entrées :

Le développement du tourisme balnéaire, fait de la Tunisie une destination pionnière des vacanciers européens. Le pays a profité alors de sa popularité sur les principaux marchés émetteurs de l'Ouest pour acquérir une position dominante. la Tunisie draine toujours d'importants flux touristiques en provenance d'Europe de l'Ouest, mais une part conséquente de son marché est absorbée par l'émergence de nouveaux produits ou destinations.

Même si la clientèle touristique tunisienne tend à se diversifier, elle reste composée de nationalités stables comme l'indique le tableau ci-dessous :

| Nationalités | Libyens | Français | Algériens | Allemands | Italiens | Britanniques | Autres | total |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|--------------|---------|-----------|
| Nombre de Touriste | 1 533 217 | 1 335 409 | 950 000 | 514 040 | 444 474 | 312 773 | 1671993 | 6 761 906 |

Tableau N° : répartition du nombre d'arrivées touristique en Tunisie par nationalité
Source : Office National du tourisme tunisien. Chiffre 2007.

Les France, premier marché européen émetteur de touriste vers la Tunisie, n'est plus en tête des visiteurs, avec 1,335 million de touristes qui semblent manifester un certain

désengagement en vers la destination tunisienne. Ils sont devancés par les Libyens (1,5 million de visiteurs), en raison de la proximité existante entre les deux pays et le fort engouement des familles libyennes pour l'offre tunisienne à bas prix. Ce classement est suivi par les Algériens (950 000), les Allemands (514 000) et les Italiens (444 000). La Tunisie espère attirer de nouveau 600 000 touristes allemands, qui la boudent depuis l'attentat de Djerba (Sud), dans lequel 21 personnes, dont 14 Allemands ont péri, en avril 2002.

❖ Les Nuitées :

Le nombre de nuitées dans les établissements d'hébergement touristique classés en Tunisie a affiché une hausse notable durant ces dernières années (à partir de 2004 voir annexe) , cette augmentation est attribuable en grande partie aux bonnes performances enregistrées par les arrivées des touristes non résidents aux frontières.

| Nationalités | Français | Libyens | Allemands | Italiens | Britanniques | Autres | total |
|--------------|---------------|---------|-----------|-----------|--------------|---------------|---------------|
| Nuitées | 11 899 376 | 246 580 | 7 599 162 | 3 078 520 | 3 201 810 | 11 335 232 | 37 360 681 |

Tableau N° : répartition du nombre de nuitées dans les établissements en Tunisie par nationalité

Sources : Office national du tourisme Tunisien 2007

Les libyens pourtant en tête des arrivées , ne représentent que 246 580 nuitées, ces clients en provenance des marchés de proximité viennent très souvent en famille et préfèrent, pour la plupart résider, dans des villas meublées pieds dans l'eau et la durée moyenne du séjour en hôtel de ces touristes est parmi les plus faibles.

Les français quant à eux , enregistrent le plus grand nombre de nuitées totalisant 11 899 376 nuits ce chiffre reflète l'engouement des français pour les cures thermales et thalasso thérapies ainsi que les diverses formules proposées par les établissements hôteliers.

3- Problématique du tourisme en Tunisie :

Selon l'office national du tourisme tunisien (ONTT) , qui est le principal outil exécutif de la politique ministérielle , les résultats reflètent la bonne santé du secteur touristique, la Tunisie ne capte pourtant qu'une infime partie des flux touristiques mondiaux (moins de 1%). De plus, le nombre de visiteurs européens (notamment allemands, britanniques, italiens, espagnols, etc.) , cible traditionnelle du secteur tunisien, tend à diminuer.

Le pays se tourne donc vers une autre clientèle, misant ainsi sur les marchés en pleine expansion de l'Europe de l'Est et les marchés plus lointains comme la Chine, les États-Unis et le Japon.

D'autre part, la Tunisie dispose d'un fond culturel important, mais il demeure insuffisamment exploité, d'où l'importance de la promotion. Pour ce faire, un budget promotionnel pour le secteur du tourisme, mais aussi pour son site en général comme destination d'investissements et comme pays disposant d'une main d'œuvre qualifiée.

Cependant, l'action promotionnelle en Tunisie, ne passe toujours pas des tour-opérateurs, dont les capacités de négociation sont contraignantes, et dans le poids est pesant pour remplir les hôtels. Le produit touristique tunisien est vendu en réalité par des non-tunisiens.

Les hôteliers sont pratiquement absents à ce niveau. Pourtant, des nouvelles méthodes viennent de voir le jour, comme la promotion par internet. Une grande partie des clients réservent et règle par ce canal.

Malheureusement, les professionnels du tourisme tunisien ont joué sur leur facteur prix pour intéresser le client. Une récente étude montre en revanche que les concurrents de la Tunisie, ont plutôt joué sur l'innovation, le facteur surprise et la grande qualité du service. La discussion entraînée par cette étude a montré que le client qui vient en Tunisie s'ennuie, part et ne revient pas.

4- Stratégie :

Afin d'accroître son attractivité et de renouveler son image, l'industrie touristique tunisienne va avoir à diversifier et à améliorer la qualité de son offre, à investir dans le capital humain et les infrastructures, et à se préoccuper de l'environnement. Ces aspects soulignent l'importance et la nécessaire combinaison des actions publiques, privées et de la coopération internationale, ainsi que l'identification précise des acteurs et des stratégies qu'ils poursuivent.

Aujourd'hui, la Tunisie se lance dans un programme de mise à niveau touristique. Plusieurs unités hôtelières ont été fermées, pour inflation d'étoiles, non-conformité aux normes et mauvaise qualité. Le nouvel aéroport d'Enfidha contribuera également à développer le tourisme à l'année, grâce à une activité régulière des lignes aériennes.

Pour une économie qui s'ouvre sur le marché mondial, l'offre touristique tunisienne est limitée par sa saisonnalité, donc elle doit :

- Diversifier ses activités et infrastructures touristiques en exploitant d'avantage les richesses qu'offre le pays.
- Étaler la saison touristique sur les douze mois de l'année
- Intéresser les tour-opérateurs à la destination tunisienne
- Développer et promouvoir le secteur touristique à l'international

5- Analyse par la matrice SWOT

| Forces | Faiblesses |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Part du produit intérieur brut : 3,13% | <ul style="list-style-type: none">• Image de destination « premier prix » |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Installations touristiques développées dans le balnéaire • La compétitivité des prix • Importance des réformes attirant les investisseurs directs étrangers • L'environnement réglementaire favorable | <ul style="list-style-type: none"> • Manque dans les infrastructures relatives au transport aérien • Qualité de la prestation à améliorer, mise en conformité aux standards internationaux. • Tourisme concentré en Europe qui néglige les autres pays • Un secteur en évolution mais qui nécessite encore plus de professionnalisme • Pauvreté . |
|--|--|

| Opportunités | Menaces |
|---|--|
| <p>Marché en expansion La Tunisie dispose d'un potentiel à exploiter (la région sud) Le développement du E-commerce. Opportunité dans le tourisme culturel Volonté politique de développement Ouverture accrue aux investisseurs étrangers Demande croissante de plus en plus diversifiée Flux de touriste mondial sur la zone méditerranée important</p> | <p>L'instabilité géopolitique Forte concurrence des pays Egypte , Maroc n Turquie ... Instabilité des niveaux d'activités Ralentissement de l'activité touristique mondial Les touristes ont tendance a dépenser moins Menace sanitaire tell que la grippe aviaire.</p> |

Section 2 : Le tourisme au Maroc

1 Le poids économique du tourisme :

Maroc est considéré comme un exemple de stabilité politique en Afrique du Nord et au Moyen Orient. Moderne et ouvert à l'extérieur, il bénéficie aussi d'un emplacement stratégique : il fait parti de la zone Méditerranée /Atlantique, une des premières destinations du tourisme mondial et se trouve à proximité du plus grand marché émetteur au monde, en l'occurrence l'Europe.

En 2009, le Maroc a accueilli au total 8.341.237 de touristes. Les arrivées touristiques aux postes frontières ont progressé de 5.87% en 2009 par rapport à 2008. Le secteur du tourisme est devenu une source majeure de recettes en devises avec 6.56 milliards de dollars, Ce revenu représente 8,5% du PIB. Le tourisme absorbe une part croissante de la population active employée qui est représenté par un taux de 6,8% de l'emploi total, ce qui le positionne comme secteur fortement créateur d'emplois.

Le tourisme au Maroc est considéré comme secteur prioritaire dans le domaine économique. Ce secteur évolue et prend de l'ampleur en devenant une véritable priorité de son plan de développement, ceci par rapport à son impact positif tant bien économique que social. Le Maroc dispose de nombreux atouts par sa situation géographique, son climat, ses plages, sa nature, son patrimoine culturel et ses opportunités dans le tourisme, s'amplifie et laisse songer à la création à l'horizon 2010 de 80.000 chambres, 600.000 emplois nouveaux et d'une contribution du tourisme au PIB à hauteur de 20%.

L'une des mesures clés permettant d'atteindre cet objectif a été la libéralisation du trafic aérien en février 2004. La législation offre désormais des alternatives aux vols réguliers proposés par les grands transporteurs nationaux à destination du Maroc et ouvre ses aéroports aux compagnies charter, EasyJet et Ryanair. Le ministre des Transports et de l'Équipement Kharim Ghellab explique ses nouvelles mesures d'incitation en déclarant : « N'importe quelle compagnie aérienne qui ouvre une liaison régulière à destination du Maroc disposera de droits exclusifs sur cette liaison pendant un an, ainsi que de remises très importantes sur les taxes d'aéroport. »¹ Le

¹ Mathaba.net – 14/12/04, 16/12/04; Mena Report – 06/12/04; CNN – 06/03/04; World Tourism Organization – 02/06/03, 24/05/04, 25/06/04), « Malgré quelques replis, le tourisme en Afrique du Nord poursuit sa croissance »

pays prend conscience du fait qu'une industrie du tourisme toujours plus concurrentielle exige plus d'investissements étrangers. Cette évolution a permis aux banquiers nationaux de s'investir plus pour accélérer le rythme des investissements dans le secteur touristique.

2 Les données liées au tourisme :

Avec 3 500 Km de côtes, le Maroc dispose de potentialités balnéaires exceptionnelles. De plus, le pays offre des paysages variés et contrastés (mers, montagnes, vallées et déserts) ; ses villes impériales, ses médinas médiévales, sa gastronomie mondialement reconnue, son artisanat réputé et son hospitalité légendaire, font du Maroc, une destination de dépaysement et de rêve.

Le développement du transport aérien, l'avancement de la stratégie touristique nationale, et d'autres éléments font que le Maroc évolue à grands pas dans les activités liées aux voyageurs et aux loisirs.

a)- L'offre touristique au Maroc :

Le secteur Est du rivage méditerranéen marocain allant de la baie d'Al Hoceima jusqu'à la frontière algérienne, offre des conditions climatiques favorables au développement de ce secteur. Le littoral (au nord) jusqu'au désert (au sud), s'étalent cinq écosystème différents d'où une offre diversifiée des produits touristiques et une richesse du patrimoine culturel disposant de monuments historiques, de sites archéologiques, de K'sour et d'un folklore tant aimé par les étrangers.

Comparé à d'autres pays méditerranéens, comme la Tunisie, le produit « Maroc » offre une certaine diversité qui est mise à profit par les Tours Opérateurs. Mais dans l'ensemble la tendance est presque la même que le modèle tunisien.

❖ Les formes du tourisme au Maroc :

Différentes formes de tourisme ont été prévues par le Maroc pour offrir une grande variété et un choix important aux touristes pour atteindre les objectifs établis à l'horizon de 2010. Les sites qui présentent des atouts multiples et des variétés culturelles et naturelles, sont pris en compte dans le *Schéma Directeur d'Aménagement du Tourisme* pour contribuer aussi à la création d'un tourisme économique durable.

Cette Typologie des stations énoncée précédemment a permis de distinguer les formes du tourisme suivantes :

➤ Le tourisme d'affaires :

Cette forme de tourisme est favorisée par l'organisation de congrès de séminaire, colloques et réunions d'affaires est surtout concentré dans les grandes villes qui regroupent les administrations centrales et les grandes usines de fabrication, de transformation, etc.

Ces infrastructures sont dotées des moyens adéquats pour l'organisation des rencontres internationales (salle de conférences, salons de congrès, etc.)

La ville de Casablanca capitale économique du Royaume est connue pour sa capacité à abriter au courant de l'année un grand nombre de rencontres, de séminaires et de colloques nationaux et internationaux, foires et expositions à caractère économique et commercial de type international. La ville de Rabat, de Marrakech et d'Agadir abritent, plus au moins les mêmes activités.

➤ **Le tourisme balnéaire :**

Les villes côtières comme Agadir capitale du tourisme, Essaouira, El Jadida, Tanger, ...etc. sont les destinations de tourisme de masse national ou international.

Les éléments clés de ce tourisme sont : la sécurité, la qualité des prestations, l'animation et la tranquillité absolue.

La concurrence est rude par les pays voisins au Maroc, qui disposent aussi de très belles plages. Pour arriver à attirer plus de touristes, les prestations doivent se distinguer en offrant des prestations de qualité (hygiène, sécurité, prix abordables, avec hébergement de proximité) dans les stations balnéaires à travers tous le Royaume pour permettre un grand choix aux touristes nationaux et étrangers.

➤ **Le tourisme culturel :**

Ce type de tourisme qui constitue l'offre dominante du Maroc, attire surtout les amateurs de visites culturelles. La majorité des touristes sont des personnes su 3^{ème} âge, des retraités. Les destinations favorites de ce genre de tourisme se trouvent concentré dans les villes telles que Rabat, Fès, Mekhnès, Marrakech.

➤ **Le tourisme thermal :**

Des stations thermales telles que Hrazem de Moulay Akoub et celle de Merzouga dans la province de tafilalet, sont d'une importance capitale, elles permettent d'attirer un grand nombre de touristes nationaux et internationaux.

➤ **Le tourisme de loisir :**

Les amateurs de ce tourisme deviennent de plus en plus nombreux. C'est un tourisme d'aventure, d'évasion qui permet de nouveaux départs après les vacances en vivant loin des bruits, loin de la pollution, ceux qui aiment dormir sous l'étoile, dans une tente ou à la belle étoile ;

Le grand sud est l'endroit idéal pour ce genre de tourisme et particulièrement la province d'Ouarzazate, de Zagora et d'Er-Rachidia, constituent un créneau important pour les amateurs du vrai tourisme de dépaysement.

➤ **Le tourisme blanc :**

Considéré comme les plus hautes montagnes du monde arabe et de l'Afrique du nord, les gigantesques montagnes enneigées tout au long de l'automne et de l'hiver, permettent aux amateurs de pratiquer le ski

b)- L'offre des villes de référence :

❖ **La ville de Fès :**

Fès ou **Fez** (**فاس** en [arabe](#)) la capitale [Idrissides](#) est la troisième plus grande ville du [Maroc](#), après [Casablanca](#) et [Rabat](#) avec une population de 1 040 563 [2]. C'est l'une des quatre « [villes impériales](#) » (avec [Marrakech](#), [Meknès](#) et [Rabat](#)) et aussi la première ville impériale des quatre. La [médina](#) (vieille ville), la plus grande du monde, un exemple modèle d'une ville orientale, est placée sous la protection de l'[UNESCO](#)[3,] elle est inchangée depuis le XII^e siècle. Le bleu profond de ses céramiques est un des symboles caractéristiques de Fès. Son rayonnement international passé en fait l'une des capitales de la civilisation arabo-musulmane aux côtés de [Damas](#), [Bagdad](#), [Cordoue](#), [Grenade](#)...

Selon une légende, le nom de la ville viendrait de la découverte d'une pioche (arabe : **فأس** [fa's], *pioche*) à l'emplacement des premières fondations. Elle renferme des potentialités touristiques certaines⁴.

Ainsi, la ville revêt une diversité culturelle non négligeable, qui fait la fierté touristique du Maroc. En effet, le tourisme à Fès n'a pas cessé au fil des années de se développer, ce qui lui confère une place importante au sein de l'économie marocaine.

Pour ce qui est du climat, il est à mi-chemin entre un climat méditerranéen et un climat semi continental, et bien que le voyage soit possible toute l'année, le printemps et l'automne sont les meilleures saisons pour visiter Fès.

Fès est riche en sites touristiques incontournables, Capitale culturelle et spirituelle du Maroc. En la parcourant, on peut facilement se laisser emporter à travers son histoire, grâce à ses nombreuses mosquées, [médersas](#), [fondouks](#), fontaines et salles d'ablution, jardins historiques, murailles et remparts, portes fortifiées, [mellah](#)⁵ et [synagogues](#), manufactures, mausolées, palais et [riads](#), places et souks.

Des [Idrissides](#) aux [Alaouites](#), des Andalous aux Juifs, toutes les dynasties et tous les peuples ont laissé leur empreinte sur la ville. Ces dernières années de nombreux monuments ont été restaurés, comme la [médersa El-Attarîn](#), la [médersa Bou-Inania](#) (XIV^e siècle), la Magana (une horloge hydraulique unique au monde) et la bibliothèque de la mosquée [Quaraouiyine](#). Cette dernière possède de très rares manuscrits écrits par de célèbres savants comme [Ibn Rochd](#) (Averroès) ou [Ibn Khaldoun](#). Appelés "monuments verts", les jardins du [palais Batha](#), construits au XIX^e siècle par le sultan alaouite [Moulay Hassan Ier](#) et celui du [Riad Mogri](#) datant du début XX^e siècle ont retrouvé leur végétation.

Aujourd'hui la médina est le principal pôle d'attraction. Toutefois, il faut souligner que, la galerie Mohamed Kacimi et le festival des musiques sacrées du monde font aussi la fierté culturelle de Fès.

2 <http://gazetteer.de/wg.php?x=&men=gcis&lng=fr&dat=32&srt=npan&col=aohdq&geo=-134>.

3 Liste du patrimoine mondial (Maroc), <http://whc.unesco.org/fr/etatsparties/ma>.

4 Fouzia Ejjawi, Fès l'an 1200, la gazette du Maroc, 22 décembre 2007.

5 Le **mellah** désigne au [Maroc](#) le quartier où habitaient les résidents [juifs](#) de la ville

En ce qui concerne la gastronomie à Fès, elle est identique à celle des autres villes du Maroc, avec le couscous, les tajines et une pâtisserie traditionnelle telle que les cornes de gazelle ou les crêpes feuilletées au miel.

Les capacités d'accueil dans les hôtels classés de la ville de Fès pour l'année 2008, peuvent être résumées dans le tableau suivant :

| Catégorie | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | total |
|----------------|-------|-------|-------|-----|----|-------|
| Nombre de lits | 3 327 | 1 898 | 1 410 | 540 | 49 | 7 224 |

Source : l'administration du tourisme au Maroc

Nous constatons que le nombre de lits au sein des établissements haut de gamme, à savoir 4* et 5* sont les plus nombreux, de ce fait nous pouvons déduire que la ville de Fès compte essentiellement sur les hôtels de luxe et vise une clientèle plutôt exigeante.

❖ La ville de Tanger :

La ville de Tanger, (en [arabe](#) : طنجة), est la principale porte du Maroc sur l'[Europe](#), dont elle est séparée par les 14 km du [détroit de Gibraltar](#). C'est la seule ville au monde donnant à la fois sur l'océan atlantique et sur la mer méditerranée. Sa population s'élevait à 669 685 habitants, au recensement de [2004](#), en faisant la cinquième ville du Maroc. Tanger a une histoire riche et une géographie unique. La beauté de son site et de sa lumière en ont fait une source d'inspiration pour des générations d'artistes et d'intellectuels parmi les plus grands. Elle a été surnommée "la ville des étrangers" suite à ses nombreuses colonisations (Les phéniciens, les Arabes, les Portugais, les Anglais, les Français et les Espagnols)⁶.

Le climat de Tanger est de type [méditerranéen](#) tempéré par l'influence océanique et le souffle du [chergui](#), présentant quatre saisons bien marquées : hiver doux et humide, été tiède et sec, intersaisons modérément pluvieuses. Cependant la ville est souvent sujette à de violents phénomènes climatiques comme le vent fort et les pluies intenses⁷.

Tanger est également la ville de l'environnement de premier ordre, car située dans le contour de deux rives maritimes, sa situation au pied de montagnes verdoyantes lui donne cet aspect d'une région favorable au développement durable, capable de préserver l'environnement par ma création des aires protégées.

Jbel Moussa est, à titre d'exemple, un réel patrimoine naturel, un paysage exceptionnel qui offre une opportunité importante de tourisme de randonnées incontournables. L'île Leila est aussi un lieu magnifique d'écotourisme et de biodiversité. La Grotte d'Hercule avec l'ensemble des cavernes de la vallée lui donne également ce cachet particulier, ce qui conforte un tourisme culturel de grande importance.

6 Tanger, Réalités d'un Mythe. Ouvrage de référence (par Rachid Tafersiti Zarouila, Tanger, 1998).

7 [Centre régional d'investissement Tanger-Tétouan](#)

La cohabitation spirituel y est tres favorable, car mosquées, églises et synagogues se côtoient avec simplicité et flexibilité. Ce sont les différents systèmes et civilisations qui s'y sont succédés qui ont favorisé la diversification de la culture locale.

Par ses jardins, monuments, ses Casbahs et ses palais, carrefour de civilisations et culture, encadrée par deux caps Spartel et Malabata, Tanger est l'une des rares villes au monde à avoir connu durant toute l'antiquité cinq époques qui s'y sont succédé : l'époque romaine, portugaise, islamique er espagnol. C'est aussi ce qui lui confère ce caractère de ville international⁸.

Au delà de ses aspects culturels, la région du couchant est en pleine phase de développement économique et social. Cette région connaît un essor d'épanouissement important à tous les niveaux. Les axes routiers sont des plus performants, de même que les axes maritimes et aéroportuaires⁹.

Les capacités d'accueil dans les hôtels classés de la ville de Tanger pou l'année 2008, peuvent être résumées dans le tableau suivant :

| Catégorie | 5* | 4* | 3* | 2* | 1* | Total |
|----------------|-----|------|------|------|-----|-------|
| Nombre de lits | 956 | 1343 | 3169 | 1269 | 694 | 7431 |

Source : ministère du tourisme marocain

Contrairement à Fès, nous constatons qu'à Tanger les établissements de moyenne gamme sont les plus fréquents, ceci s'explique par la présence d'une clientèle caractérisée par des bourses moyennes notamment les nationaux.

c)- La demande touristique au Maroc :

Le Maroc, moderne et ouvert à l'extérieur bénéficie d'un emplacement stratégique : il fait parti de la zone Méditerranée /Atlantique, une des premières destinations du tourisme mondial et se trouve à proximité du plus grand marché émetteur au monde, en l'occurrence l'Europe.

Le Maroc, de part ses particularités spécialement sa nature : les montagnes et le grand sud-est, son patrimoine culturel ainsi que ses 3500 km de côtes, constitue une destination privilégiée pour les touristes du monde entier qui expriment une forte demande pour ce genre de pays qui offre autant de diversités.

Cette demande comme il a été cité précédemment peut être quantifié, sur la base de deux critères qui sont : les arrivées de touristes internationaux et le nombre de nuitées de ces derniers.

❖ Le nombre d'entrées de touristes par nationalité :

Les vacanciers européens ont toujours constitué la majeure partie des arrivées touristiques au Maroc, à coté des marocains résidents à l'étranger qui représentent à leur tour une part aussi importante, comme l'indique le tableau suivant :

| Nationalité | Année 2008 |
|--------------|------------|
| MRE (*) | 3 666 784 |
| France | 1 707 055 |
| Espagne | 595 279 |
| Allemagne | 179 037 |
| Royaume-Unis | 274 762 |
| Italie | 163 315 |

8 Filali.N, La Chronique le journal hebdomadaire du nord (marocain), édition du 14 novembre 2007

9 Idem. Filali.N.

| | |
|-----------------|-----------|
| Belgique | 173 004 |
| Autres | 1 119 403 |
| Total récepteur | 7 878 639 |

(*) Marocain Résidant à l'Etranger

Interprétation :

Nous constatons d'après le tableau précédent que Les touristes français avec 1 707 055 de personnes, représentent à eux seuls près du quart de la totalité des arrivées. Cette nationalité a toujours été la principale cliente du Maroc et ce, pour des raisons bien connues (liens historiques et traditionnels, facilités de communication, proximité) auxquels il faudrait ajouter le poids du Club Méditerranée qui est présent avec 7 Villages de Vacances. C'était surtout un tourisme itinérant et individuel.

Les Allemands constituent un exemple de la nouvelle clientèle avec 179 037 d'arrivées de touristes, cette nouvelle tendance a été induite grâce aux agences allemandes, fortes d'une puissance organisationnelle, et de plus en plus actives au Maroc. La clientèle allemande se distingue également par son style touristique. Arrivant surtout par avions-charters, elle pratique un tourisme de groupe avec des séjours balnéaires et réclament essentiellement un produit balnéaire, accompagné si possible d'une note désertique.

Ce qui semble marquer la dernière décennie et les années à venir c'est l'augmentation rapide des effectifs de touristes espagnols. Si les Portugais arrivent encore en petits nombres et si les effectifs des Italiens augmentent timidement, les Espagnols semblent découvrir la destination marocaine, L'essentiel de leur fréquentation, est réservé aux villes impériales et aux circuits du Sud. Ils s'inscrivent donc dans une nouvelle vague de demande du culturel.

Quant aux marocains résidents à l'étranger, même si leur part représente près de la moitié des arrivées touristiques au Maroc, ce choix de la destination est du à un tourisme affinitaire.

❖ Les nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement classés :

Le nombre de nuitées réalisées dans les établissements d'hébergement touristique classées diminue -2% en 2008 passant de 16 893 803 en 2007 à 16 461 517, selon le ministère cette baisse s'explique notamment par le recul des nuitées des touristes non résidents (- 5%). Le nombre des résidents même augmentant de 7% n'a pas pu amortir cette baisse. (Voir annexe)

Le tableau ci-dessous donne par nationalités le volume de nuitées passé au Maroc par les touristes étrangers :

| | Année 2008 |
|-----------------|------------|
| Non résidents : | 13 067 592 |
| France | 5 936 414 |
| Espagne | 816 985 |
| Royaume uni | 1 074 673 |
| Allemagne | 959 079 |
| Belgique | 590 868 |
| Italie | 570 730 |
| Résidents | 3 393 925 |
| Total | 16461517 |

Interprétation :

Les données du tableau indiquent que les français occupent la majeure partie des nuitées dans les hôtels classés du pays avec un nombre de 5 936 414 nuits , les clients français sont partagés entre le tourisme itinérant dans l'intérieur et les séjours balnéaires avec une préférence au premier. Cet enthousiasme pour le tourisme itinérant en plus de La proximité du Maroc et la possibilité d'utiliser la voiture pour effectuer le voyage via-l'Espagne, a joué un rôle primordial favorisant les arrêts, et de ce fait les nuitées.

Les résidents quant à eux se placent en deuxième position juste a près les français, totalisant 3 393 925 nuits, cette hausse en progression resulte des nombreuses campagnes de promotion du tourisme interne co-organisées par l'ONMT et des TO nationaux, qui ont vrai semblablement eu un impact positif sur les nuitées des résidents. Les nationaux ont de ce fait réussi à stabiliser l'année touristique.

3- La problématique touristique

A cause de l'absence d'une politique touristique, le potentiel du tourisme marocain a été longtemps mal exploité. Durant les 20 dernières années, il a enregistré une croissance modeste par rapport à l'évolution du secteur dans d'autres pays comparables de la méditerranée, tels la Tunisie ou l'Egypte

En 2006, des efforts dans les investissements montre la volonté des banquiers marocains, d'accélérer le rythme des investissements dans le secteur du tourisme où seules quelques sociétés, nationales pour la plupart, construisent régulièrement des murs d'hôtels.

Le tourisme au Maroc souffre de problèmes structurels (fiscalité, financement) qui sont autant d'obstacles à son développement. Malgré cela, il faut reconnaître que le tourisme est un secteur stratégique en vue du décollage économique et de la mise à niveau du Maroc. Pour que ce secteur participe activement à l'évolution du Royaume, le tourisme doit bénéficier d'un environnement favorable, qui permet de valoriser les énormes potentialités du pays et de palier aux entraves à son développement.

Le Maroc est officiellement engagé dans une nouvelle stratégie touristique, dénommée « vision 2010 ». L'objectif affiché de cette stratégie est de créer les conditions favorables au décollage du tourisme marocain.

Pour soutenir cette ambition, le gouvernement et la fédération du tourisme ont élaboré un contrat-programme pour la période 2001-2010 qui fixe les objectifs à atteindre et les lignes directrices de la stratégie.

4- La stratégie de développement :

Le Maroc, qui dispose d'importants atouts naturels et d'un patrimoine culturel riche et diversifié, a érigé le tourisme en priorité économique nationale et a mis en place une stratégie de développement volontariste susceptible d'impulser l'économie du pays, notamment par le lancement de plusieurs projets d'envergure dans le domaine des infrastructures hôtelières.

Le Maroc est officiellement engagé dans une nouvelle stratégie touristique, dénommée « vision 2010 ». L'objectif affiché de cette stratégie est de créer les conditions favorables au décollage du tourisme marocain.

Pour soutenir cette ambition, le gouvernement et la fédération du tourisme ont élaboré un contrat-programme pour la période 2001-2010 qui fixe les objectifs à atteindre et les lignes directrices de la stratégie.

Les objectifs en chiffres sont :

| | | |
|----|------------|---|
| 1 | 10 000 000 | Entrées aux frontières en 2010 |
| 2 | 7 000 000 | Touristes internationaux hébergés en hôtels classés |
| 3 | 80 000 | Chambres construites sur la période 2000-2010 portant la capacité à 115 000 chambres (230 000 lits) |
| 4 | 6 | Nouvelles stations balnéaires pour une offre balnéaire de 160 000 lits contre 30 000 en 2000 |
| 5 | 30 | Investissements sur la période 2000-2010 dans le seul secteur hôtelier, en milliards Dhs |
| 6 | 480 | Recettes en devises générées par le tourisme sur la période 2000-2010, en milliards Dhs |
| 7 | 600 000 | 600 000 Emplois nouveaux créés, soit 1 200 000 emplois au total et 6 000 000 de marocains bénéficiant directement ou indirectement des retombées du secteur |
| 8 | 8,5% | Taux de croissance annuel moyen du PIB sur la période 2000-2010 |
| 9 | 20% | Contribution du tourisme au PIB national en 2010 |
| 10 | 26 000 | 26 000 PIB par tête en Dhs, soit un doublement sur la période 2000-2010 |

La réalisation de ces objectifs doit passer par un positionnement offensif sur le tourisme balnéaire et ce à travers le Plan Azur qui se représente par la construction de 6 sites balnéaires à savoir **Taghazout** (près d'Agadir), **Plage Blanche** (près de Guelmim), **Mogador** (près d'Essaouira), **Mazagan** (près d'El Jadida), **Lixus** (près de Larache) et **Saïdia** (près d'Oujda).

En 2010, le tourisme balnéaire devra représenter 70% de l'offre hôtelière, soit une capacité supplémentaire de 65 000 chambres.

La concrétisation de ces nouvelles stations touristiques permettra la réalisation de 57.000 lits dont 32.000 lits hôteliers. Ces nouvelles stations permettront de doter le Maroc d'une nouvelle génération de Resorts touristiques offrant un produit balnéaire « intelligent », avec un positionnement marketing spécifique et un aménagement de qualité répondant aux normes et standards internationaux. Elles regroupent aussi des programmes d'hébergement, d'animation et de loisirs.

Lematin.ma

Le tourisme au Maroc, un secteur stratégique promis à tirer vers le haut toute une économie

Publié le : 28.02.2008 | 20h04

5 Analyse de la situation du tourisme au Maroc :

Plusieurs études ont montré l'existence de faiblesses dans les domaines suivants : financier, hôtellerie, foncier, formation professionnelle.

Malgré cela le secteur occupe une place centrale dans l'économie du pays. Le Maroc a fondé son essor touristique sur la valorisation des sites historiques et culturels. L'ambition du Maroc est de centrer son offre sur le balnéaire.

L'inadaptation des infrastructures hôtelières à la demande est un grand problème, ainsi, 80% des touristes cherchent à passer un séjour au bord de la mer alors que 2/3 des structures hôtelières se trouvent dans des villes non côtières, c'est pour quoi, la politique « vision 2010 » tente de régler ce déficit en ayant l'ambition de paraître parmi les 20 premières destinations mondiales avec 10 millions d'entrées touristique. Dans cette perspective :

- Une libération de la réglementation et une ouverture à l'investissement, une initiation fiscale, et un renforcement de financement centré vers le balnéaire tout en développant le tourisme culturel.
- La libération du secteur aérien avec le renforcement des compagnies charter et tour opérateur, pour diminuer les coûts de transport et ainsi faciliter l'accès au Maroc.
- Les investissements étrangers sont consolidés par les plus importants investisseurs tel que : le groupe Accord (21 hôtels), le Club Méditerranée (6 villages), Nouvelle Frontière (3 hôtels), le Groupe Fram (3 filiales).
- Le groupe Accord possède 21 hôtels : 4 Mercure, 6 Sofitel, 2 Cordia et 9 Ibis. Le groupe Accord prévoit l'ouverture de 20 nouveaux hôtels dans l'avenir.

Opportunités et menaces :

Parmi les menaces les plus significatives on retrouve que :

Le terrorisme est parmi les menaces les plus dangereuses qui influencent non seulement le tourisme national, mais aussi le tourisme mondial. Après les attentats du 11 septembre 2001 aux Etats-Unis, du 16 mai 2003 au Maroc, et du 11 mars 2004 en Espagne, les touristes ont commencé à préférer les destinations sûres et stables au lieu des destinations risquées. Ainsi, la participation de certains marocains dans des attentats comme ceux de l'Espagne et l'assassinat du commandant des rebelles Afghans Ahmed Shah Massoud a poussé les touristes étrangers à construire une mauvaise image vis-à-vis du Maroc. N'importe quel attentat, ou même simple accident peut mettre en péril le tourisme marocain et toute la vision 2010.

Une autre menace pèse très lourd : le bassin méditerranéen est l'une des régions les plus concurrentielles du point de vue tourisme. Cette région englobe les deux plus importants pays en tourisme, la France (78 millions de touristes) et l'Espagne (millions de touristes). A leur côté, on trouve l'Italie et la Grèce qui proposent des offres hors du commun grâce à leur puissance culturelle. Les pays du sud de la méditerranée sont aussi importants : l'Egypte, la Tunisie, la Turquie, le Liban ou même Israël.

Reste une troisième menace qui est aujourd'hui d'ordre d'actualité : les menaces sanitaires, les maladies contagieuses et les épidémies influencent directement le choix de la destination. Le tourisme en Asie et en Egypte a connu ces derniers mois une récession à cause de l'épidémie de la grippe...

Section 3 : Le Tourisme en Algérie

1. Le poids économique du tourisme :

Le tourisme est un des secteurs économiques en expansion en Algérie, avec un poids économique de plus en plus important.

En 2005, l'activité touristique a généré une consommation touristique de l'ordre de 184,3 millions d'euros, soit 1,8% du PIB, un taux très faible qui ne participe à la création des emplois qu'à hauteur de 5,6%. Cela dit, en 2009, les arrivées touristiques ont nettement progressé et sont estimées à 1.912.000 touristes.

La nouvelle politique de gestion du tourisme en Algérie, a été qualifiée par le ministère de « stratégie de construction et de reconstruction ». L'engagement des différents acteurs est primordial vue la situation actuelle du tourisme qui n'arrive pas à sortir du marasme qui le caractérise depuis plusieurs décennies.

Selon le ministère du tourisme « c'en est terminé du mythe de la généralisation, il faut se diriger vers des pôles touristiques qui constituent le symbole du tourisme algérien ». C'est donc à travers cette nouvelle vision que le gouvernement algérien compte développer plusieurs formes de tourisme, notamment le tourisme culturel et archéologique. Aussi, une nouvelle et importante politique a été mise en exergue, dite « politique de captation », afin dépasser la situation actuelle de l'Algérie étant un pays à grandes potentialités, mais le dernier

destinataire de touristes, au moment où les pays voisins convoitent de plus en plus de part de marché.

Au mois de mai 2008, lors d'un séminaire international, un point de presse tenu à l'occasion du SITEV, le ministère du tourisme a compté 174 Zones d'expansion touristique soumises à un investissement tout en nécessitant une nouvelle stratégie qui étudie tous les moyens en coordination avec les secteurs concernés. L'Algérie a besoin de projets touristiques sérieux, réalisables et créateurs d'un réel tourisme et aussi d'emploi.

Concernant les projets en réalisation, il existe 321 chantiers avec un taux d'avancement de 51% et qui concernent la réalisation de 30.000 lits supplémentaires. Cela pour un montant global de 60 millions de dinars et la possibilité de créer entre 10.000 et 13.000 postes d'emploi.¹⁰

Les objectifs quantitatifs attendus par le gouvernement à l'horizon 2015, sont d'engager deux milliards de dollars de recettes et de créer 100.000 emplois.

L'offre :

L'un des objectifs à atteindre est d'améliorer la lisibilité de l'offre touristique pour faire connaître les nombreux et différents atouts de l'Algérie afin de mieux « vendre » la destination. La promotion du produit de qualité à travers différents canaux et notamment, lors de salons, festivals et expositions spécialisés, qui se tiennent en Algérie et à l'étranger donne un élan bien mérité au produit touristique.

Ainsi, il faut faire la relance des activités touristiques à partir des potentialités déjà existantes et faire ce qui est possible à travers une production diversifiée de l'offre nationale et sa promotion en direction des touristes nationaux et étrangers. Cette offre se résume dans :

- La beauté, la richesse et la diversité des paysages et sites naturels vierges,
- Un patrimoine historique et archéologique inestimable,
- La disponibilité de sites vierges et de ressources naturelles préservées,
- Un climat tempéré,
- La proximité avec les marchés émetteurs européens.

Les L'offre touristique en ce qui concerne les infrastructures hôtelières est de 1064 hôtels ayant une capacité d'accueil de 84.870 lits avec une hausse de 27% au cours des sept dernières années.

10 Chiffres du Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme. Janvier 2009

84 870 lits

Une offre axée principalement sur l'urbain e le balnéaire qui représentent 70% de l'offre totale. Cependant, seulement 10% des 84.870 lits offerts répondent aux normes internationales. Pour faire face à cette situation, le M.A.T.E.T a pour objectif, d'après le SDAT 2008, est d'arriver à 20 millions de nuitées et 75.000 lits d'excellence à l'horizon 2015 pour répondre aux demandes de la clientèle nationale et internationale exigeant des produits haut de gamme, et ainsi, constituer la réponse aux 2,5 millions de touristes attendus à l'horizon 2015.

Pour atteindre ces objectifs, 80 projets sont actuellement en cours de réalisation, sur les différents pôles d'excellence. En perspective, 5.986 lits et 8000 emplois.

1- Hôtels de chaîne :

* 11 Hôtels : 3.697 lits

2- Hôtels haut stan
* 5 Hôtels : 1.354 lits

3- Hôtels standard
* 204 Hôtels : 20.355 lits

Total : 220 Hôtels 25.406 lits

(Détail des offres de le pôle et des principales villes en annexe)

| Pôles Touristiques d'Excellence | Nombre de projets |
|---------------------------------|-------------------|
| Nord Est | 23 |
| Nord Centre | 32 |
| Nord Ouest | 18 |
| Sud Est « Oasien » | 04 |
| Sud Ouest « Touat-Gourara » | 02 |

| | |
|-----------------------|----|
| Grand Sud « Ahaggar » | 01 |
| Grand Sud « Tassili » | 00 |
| TOTAL | 80 |

Tableau N° ?

Commentaire du tableau :

Le plus grand nombre de projets en cours de lancement concerne les régions Nord Centre (regroupant les wilayas comme Alger, Tipasa ou encore Béjaïa et la région Est et Ouest, contre un très petit nombre de projets au Sud (03 projets) alors que jusqu'à présent, le Sud représentait la région d'Algérie la plus attractive touristiquement. C'est donc la preuve des efforts du pays pour promouvoir la globalité du pays aux multiples potentialités, et ce, pour assurer l'atteinte des objectifs fixés.

Les potentialités de l'Algérie, qu'elles soient historiques, culturelles, balnéaires ou autres représentent un atout majeur au développement touristique, car elles permettent la mise en place de différentes activités touristiques, comme le montre le tableau suivant :

| Type d'activité touristique | Caractéristiques |
|-------------------------------------|--|
| Le tourisme d'affaire | <ul style="list-style-type: none"> - 22% des exportations hors hydrocarbures - Fait découvrir et connaître aux étrangers certaines petites villes du pays |
| Tourisme de plein air et de montage | <ul style="list-style-type: none"> - Très grande demande intérieure - Multiplicité des activités : chasse, pêche, plongées sous marines, randonnées et escalades de montagnes. |
| Tourisme culturel | <ul style="list-style-type: none"> - Riche patrimoine préhistorique (ruines, musées, monuments,...) - Vestiges archéologiques |
| Tourisme cultuel (religieux) | <ul style="list-style-type: none"> - Pèlerinage à Annaba, la ville d'adoption du Saint Augustin - Adrar et les Haoussa du Nord Nigeria |
| Tourisme saharien | <ul style="list-style-type: none"> - Un des plus beaux déserts mondiaux, 75.000 touristes par saison¹¹ - Clientèle avertie, produit de niche |
| Tourisme balnéaire | <ul style="list-style-type: none"> - 295 plages ouvertes durant la saison estivale (1200 km de plage) - Climat méditerranéen ensoleillé tout au long de l'année |
| Tourisme de santé | <ul style="list-style-type: none"> - Centres de thalassothérapie (Sidi Fredj à titre d'exemple) - Thermalisme |

Tableau N° ?

Commentaire :

11 Chiffres du SDAT 2008 « Schéma Directeur d'Aménagement du Territoire »

On constate une multiplicité des possibilités de développement touristique, quelque soit la région du pays, et ce, grâce à une richesse naturelle très variée (des plages vierges pour le balnéaire aux thalassothérapies pour le tourisme de santé en passant par les visites des patrimoines archéologiques et historiques pour le culturel).

1.2 La demande :

La demande des algériens est en évolution. Ils sont au nombre de 1.5 millions qui se rendent à l'étranger. La principale destination étant la Tunisie, avec un taux de 47%. Cette demande est caractérisée par les valeurs fortes de modernité, d'urbanité et de loisirs. La clientèle algérienne est avide de produits balnéaires, de fun, de shopping et de vacances en famille avec la spécificité de voyages de loisirs pour la catégorie des jeunes. Au-delà de cela, et plus important encore, une forte demande concerne la sécurité, qu'elle soit sanitaire, alimentaire ou des personnes. Ce qui, actuellement, représente le plus grand point faible de la destination Algérie.

Actuellement, l'Algérie ne reçoit que 1% de la fréquentation touristique en Méditerranée.¹²

Les entrées aux frontières des touristes en 2007 sont en hausse :

1.741.000 Touristes, soit une hausse de 6,5% (1.640.000 touristes à fin 2006) se décomposent comme suit:

- Algériens résidents à l'étranger: 1.230.000 touristes, ce qui représente 71% du flux touristique total. L'évolution est de l'ordre de 6%
- Étrangers: 511.000 touristes, soit une hausse de 7% (Les étrangers représentent 29% du total des touristes).

Dans l'ordre, ce sont les loisirs, la détente et les affaires qui constituent les motifs de déplacement de touristes vers l'Algérie.

| Type d'activité touristique | Nombre de touristes étrangers | Pourcentage (%) du total des touristes étrangers |
|-----------------------------|-------------------------------|--|
| Loisirs et détente | 327.000 | 64% |
| Affaires | 153.000 | 30% |
| Missions | 32.000 | 6% |

Tableau N° ?

Commentaire :

Plus de la moitié des arrivées touristiques étrangères établies en Algérie constituent des voyages de loisirs et détente, ce qui représente un point positif pour le développement touristique des secteurs de loisirs et de détente, étant donné les richesses naturelles du pays en terme de potentialités balnéaires, thermalisme ou encore possibilités de mise en œuvre d'activités de randonnées, escalades en montagnes...

Cependant, même avec un faible taux de 6%, ce sont les visites en missions qui ont permis d'enregistrer une hausse dans le nombre de touristes étrangers à partir de l'année 2007. Leur nombre est passé de 11.065 en 2006 à 31749 en 2007.¹³

12 Chiffres rapportés du « SDAT 2025 »

13 Idem

Les pays d'arrivées des touristes étrangers par ordre d'importance pour l'année 2009 :

| Pays | Nombre d'arrivées des touristes | Pourcentages de hausse par rapport à 2008 |
|-----------------|---------------------------------|---|
| France | 170 000 | 5,7% |
| Tunisie | 108 900 | 9.6% |
| Espagne | 19.700 | 13,3%. |
| Italie | 16.600 | 10% |
| Maroc | 15.000 | 14% |
| Libye | 13.500 | 1% |
| Egypte | 12.800 | 22% |
| Turquie | 11.300 | 14% |
| Grande-Bretagne | 10.800 | 32,7% |
| Allemagne | 10.000 | 31% |

Tableau N° ?

Commentaire :

Les algériens qui représentent environ 1 million de touristes, et les européens originaires de la France, l'Allemagne, l'Italie et l'Espagne sont les deux catégories cibles que convoitent les autorités algériennes vu les taux élevés d'arrivées pendant les 5 dernières années, et aussi grâce à la proximité géographique (pays du bassin méditerranéen).

En 2006, les Algériens établis à l'étranger représentent 70% des entrées avec 1.637.000 de touristes.

Avec ces taux de plus en plus élevés, en 2007, l'Algérie devient la 4^e destination de l'Afrique, avec 13% de taux de croissance, soit plus de 1.500.000 de visiteurs accueillis.

Les attentes de la demande nationale et internationale sont tournées aussi vers la durabilité. Pour ce faire, l'expérience d'autres pays qui étaient pressés de développer leur tourisme au détriment d'autres valeurs : non respect de l'écosystème, non préservation des patrimoines culturels, ... doit servir de base dans la relance du tourisme national. Les perspectives de l'Algérie énoncées, sont donc axées sur le développement d'un tourisme durable.

Une ferme résolution de l'Algérie est prise : développer l'industrie touristique. C'est en 2006 que l'Algérie devient 4^e destination de l'Afrique, avec 13% de taux de croissance, soit plus de 1,6 millions de visiteurs accueillis.

Grâce à une année 2009 fructifiante, avec plus de 1.912.000 touristes, le SDAT revoit ses objectifs, et les hausse à 75.000 lits, et 6 millions de visiteurs d'ici 2015.

La problématique touristique :

Le programme MEDA est le principal instrument financier de l'Union européenne pour soutenir la mise en place du partenariat Euro-méditerranéen. Le premier programme MEDA, adopté en 1996, mettait à la disposition des pays partenaires, sous forme de dns, 3,4 milliards d'Euros pour la période 1995/1999.

En novembre 2000, l'Union européenne adoptait MEDA II, couvrant la période 2000/2006 et doté de 5,4 milliards d'Euros.

En avril 2008, un document qui a été réalisé par l'agence française pour les investissements internationaux dans le cadre du programme MEDA, attestait que l'Algérie bénéficie d'un potentiel touristique considérable mais inexploité. Ceci se traduit par sa position la plus faible par rapport aux pays méditerranéen.

Le rapport donne des explications justifiées à cette situation qui est due aux événements des années 1990 mais également à l'absence de politique de développement du secteur.

En 2006, l'Algérie n'enregistre que 100 millions d'Euros avec 370.000 visiteurs dont les $\frac{3}{4}$ sont des algériens résidants à l'étranger. Dans les pays du programme MEDA, la Turquie réalise la meilleure position, suivie de l'Egypte et du Maroc. La Tunisie ne bénéficie que d'un flux de devises limité par rapport au Maroc, vu le faible niveau de dépenses par tête de touriste. Le tourisme en Tunisie possède alors une réputation de «bas de gamme».

L'Algérie, malgré son grand potentiel et ses grandes richesses est classée derrière la plupart des pays de la Méditerranée. Ainsi, en capacité de lits, les chiffres, même s'ils ont augmenté en 2009, restent faibles :

| Pays | Nombre de lits |
|-------------|---|
| Espagne | 1.395.400 |
| France | 1.207.200 |
| Egypte | 264.200 |
| Maroc | 137.800 |
| Tunisie | 214.300 |
| Algérie | 84.870 (10% seulement répondent aux normes internationales) |

Cependant, une étude réalisée en Janvier 2009 par le M.A.T.E.T prévoit à l'horizon 2011 d'arriver à 75.000 lits du fait de l'augmentation des arrivées touristiques en Algérie, enregistrée au chiffre de 1.912.000 touristes durant l'année 2009

Le secteur touristique national possède des freins à son démarrage souhaité :

- La présence étatique encore trop importante, alors que l'offre privée reste insignifiante et sans moyens suffisants.
- La qualité médiocre des services, nous sommes encore dans une optique où l'on favorise le profit à la satisfaction de la clientèle.
- L'insuffisance de la qualification de la main-d'œuvre.
- La faible initiative privée.

Mais avec 61 milliards de dollars de réserve, l'Algérie peut entrer dans la compétition et mener à bien ce projet.

Le ministère prévoit de structurer et rendre productifs les 174 zones d'expansion touristique (ZET) ainsi que le schéma directeur de l'aménagement touristique pour permettre un bon démarrage du tourisme national. Il est prévu de :

- Faciliter les procédures d'entrée du territoire national. (EXPLIQUER CMT)
- Renforcer l'appui financier à l'investissement dans ce créneau.
- Relancer l'Office National du Tourisme.

Connaissant l'importance du transport dans le développement touristique mondial, d'importantes réalisations enregistrées dans les transports ont vu le jour avec par exemple la nouvelle aéroport d'Alger.

La concurrence, surtout dans les pays du Maghreb, va être plus forte et plus aiguisée, donc plus de mesures d'organisation doivent être prises.

L'Algérie compte toujours sur ses recettes pétrolières, les hydrocarbures procurent 98% des revenus en devises du pays. C'est une tendance lourde depuis plus de 30 ans et qui engendre des craintes pour l'avenir du pays. Il faut sensibiliser toutes instances, toute la nation à ce problème. Pour remédier à cette situation presque alarmante, deux solutions s'imposent :

- Il faut encourager l'investissement, tant national qu'étranger.
 - Il faut bâtir une nouvelle économie moderne ouverte.
- Ainsi, il est impératif de diversifier les sources de revenus en devises, en développant, en priorité, le tourisme. Tous les éléments sont réunis et les potentialités de l'Algérie dans ce domaine sont connues et attestées. Par ailleurs, s'impliquer dans la mondialisation, et chercher de nouveaux investissements permet le développement du tourisme. Des groupes étrangers tel que Starwood, Marriott, Eddar Sidar, Al Hamed ont annoncé leur intention d'investir en Algérie.

Stratégie de valorisation de l'Offre :

Durant les années 2006 et 2007, des assises ont été organisées en deux étapes, dont la première était consacrée aux assises régionales concernant 8 régions du pays dans la période allant du mois de septembre jusqu'au mois de novembre. La deuxième étape a concerné les assises nationales qui se sont déroulées à Alger en décembre 2008. Ces assises ont vu la participation des départements ministériels concernés, les autorités locales, les agences de voyage touristiques, les entreprises de gestion touristique et hôtelières, les investisseurs et promoteurs ainsi que le mouvement associatif et d'autres secteurs concernés.

Le 17 Août 2009, le M.A.T.E.T a défini de nouvelles mesures d'incitations économiques, financières et fiscales, au profit du tourisme, prévues par la loi de finances complémentaire pour 2009¹⁴ qui visent :

- L'exonération de la Taxe sur les activités professionnelles sur le chiffre d'affaires réalisé en devises dans les activités touristiques, hôtelières, thermales, de restauration classée et de voyagistes.
- La réduction de la Taxe sur la Valeur Ajoutée « TVA » (de 17% à 7%) sur les prestations liées aux activités touristiques, hôtelières, thermales, de restauration touristique classée, de voyages et de location de véhicules de transport touristique.
- Bonification de 3% et de 4,5% du taux d'intérêt applicable aux prêts bancaires pour les actions de modernisation des établissements touristiques et hôteliers à réaliser respectivement dans les wilayas du Nord et celles du Sud.
- Bénéfice du taux réduit de droit de douanes pour les acquisitions d'équipements et d'ameublement, non produits localement selon les standards hôteliers, rentrant dans le cadre d'opérations de modernisation et de mise à niveau en application du Plan Qualité Tourisme Algérie.
- Création d'une caisse de dépôt de la caution financière aux agences de tourisme et de voyages, destinée à couvrir les engagements pris par ces dernières.
- Bénéfice d'un abattement de 50% et de 80% sur le coût de la concession des terrains nécessaires à la réalisation des projets d'investissement touristique respectivement au niveau des wilayas des Hauts Plateaux et du Sud.
- Mise en place d'un dispositif d'aide à l'investissement à travers le « fonds d'appui à l'investissement, à la promotion et à la qualité des activités touristiques ».

¹⁴ Loi de finances complémentaire 2009, extraite de l'ordonnance n° 09-01 du 23-07-2009, énoncée lors d'une conférence de presse à l'Hôtel Sofitel le 17 Août 2009.

Le schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT », entant qu'outil primordial d'aide à la décision, cherche à valoriser la destination Algérie pour accroître l'attractivité, et ce, en développant les pôles touristiques d'excellence par la rationalisation de l'investissement, l'initialisation du plan qualité-tourisme pour favoriser le développement de la qualité de l'offre, et la définition d'une stratégie de financement opérationnelle.

Le SDAT définit aussi, les types de tourisme et la démarche à entreprendre pour les développer. Il concerne le développement :

- Du tourisme littoral et balnéaire,
- Du tourisme saharien,
- Du tourisme deville,
- Du tourisme de soin et de santé,
- Du tourisme culturel,
- Du tourisme de circuits,
- Et du tourisme événementiel.

L'année 2015 a été retenue pour l'amorçage de la nouvelle politique de développement du tourisme, une projection avenir, à court et à moyen termes du SDAT ; ainsi que pour engranger 2 milliards de dollars de recettes et créer 100.000 emplois directs. Ce sont les objectifs quantitatifs attendus par le ministère du Tourisme à l'horizon 2015.

L'année 2025 a été retenue pour la consolidation de ce choix à travers la consécration de la destination touristique Algérie.

Politique d'avenir et stratégie de financement :

Le gouvernement insiste sur l'importance de la mise en place d'une « politique active » qui met en évidence les priorités du secteur, permettant ainsi la définition d'une plate-forme sous forme de schéma national du tourisme à l'horizon 2015-2025, dans le cadre du SNAT (schéma national de l'aménagement du territoire 2025).

Une stratégie de financement opérationnel est prévue, pour permettre l'accompagnement des opérateurs et des investisseurs par des mesures de soutien et d'incitation adaptées à la nature et à la consistance de l'investissement touristique.

Il est nécessaire à travers cette stratégie de financement d'arriver à développer les pôles d'excellence du tourisme, en s'appuyant sur :

- Un plan de promotion de la qualité des produits du tourisme.
- Le marketing de la destination touristique.
- Un programme de création de villages touristiques, en améliorant les prestations de service tels que l'accueil ou l'hébergement.
- Plan de qualité : Son meilleur atout est la diversité. Des côtes balnéaires au Sahara, en passant par les vestiges romains, l'Algérie est un patrimoine riche, une nature généreuse, un climat doux, de quoi fasciner le touriste et se protéger des abus

qu'engendre le tourisme mondial. Dans cette perspective, l'Algérie souhaite opter pour la mise en œuvre d'un plan de qualité à l'image d'une « offre d'excellence » pour répondre à une clientèle de plus en plus exigeante et promouvoir un partenariat public-privé visant la mobilisation de tous les acteurs évoluant dans le domaine.

Analyse stratégique selon la méthode SWOT :

Cette recherche s'interroge sur les principaux facteurs internes et externes qui déterminent les performances du secteur touristique au pays du Maghreb et particulièrement celles du secteur touristique algérien, en vue de situer ce secteur par rapport à la concurrence des pays voisins.

Les deux principaux objectifs recherchés sont les suivants :

- Identifier les principales forces, faiblesses, opportunités et menaces qui déterminent le potentiel de servuction du secteur touristique du Maghreb.
- Estimation du potentiel touristique algérien au marché national et international et le positionner par rapport à ses concurrents.

| | |
|---------------|-------------------|
| Forces | Faiblesses |
|---------------|-------------------|

| | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - La superficie du pays 2.381.741 Km² soit plus du double de ses principaux concurrents. - La situation géographique, 1200 Km sur la côte méditerranéenne qui favorise le développement du tourisme balnéaire). - Présence de 200 sources thermales. - Présence d'un patrimoine culturel important qui favorise le développement du tourisme culturel et culturel. - Un désert qui représente près de 5/6 du territoire : tourisme saharien. - Un important réseau d'infrastructures aéroportuaires et routières. - Diversité du pays, du point de vue historique, culturel, culturel et naturel. - Proximité géographique de l'Europe qui représente le plus grand nombre d'arrivées touristiques en Algérie. - opportunités d'affaires offertes aux investisseurs potentiels | <ul style="list-style-type: none"> - La très faible part du tourisme dans le PIB de l'Algérie : 1,8% - L'activité touristique algérienne est la plus faible parmi les 12 pays du pourtour méditerranéen. - Un déficit en termes de capacités d'accueil, de structures hôtelières en quantité et en qualité. - Sérieux problèmes d'entretien et de propreté générale (espaces publics, sanitaires,...) - Manque de professionnalisme dans les services rendus aux touristes. - Absence de la « culture touristique ». - Insécurité et instabilité politique. - Absence d'études Marketing adaptées. - Une faible pénétration des technologies de l'information et de la communication dans le tourisme. - Programmes de vacances primitives. - Une infrastructure obsolète. - Procédures d'entrée sur le territoire très difficiles pour les occidentaux. - Absence de réelle volonté politique. |
|---|--|

| Opportunités | Menaces |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Marché en pleine expansion. - L'Algérie possède un grand potentiel à exploiter : Désert, plages vierges, montagnes, patrimoine historique, patrimoine religieux. - L'Algérie est une destination nouvelle à découvrir. - L'Algérie représente un pays d'histoire pour les pieds noirs : une cible internationale à prendre en considération. - Le développement du E-Commerce. - Demande importante pour des expériences authentiques incluant les cultures locales et l'approche de la nature. - Le tourisme vert est à exploiter (vacances dans les campagnes). | <ul style="list-style-type: none"> - La vulnérabilité due aux aléas géopolitiques. - Une concurrence rude de la part du Maroc et de la Tunisie. - Insécurité due au terrorisme et attentats. - Préférences des voyages domestiques et intra régionaux. - Méconnaissance de l'image du produit touristique algérien. - Ralentissement de l'activité touristique mondiale. |

Commentaires de l'analyse SWOT :

Malgré un potentiel très important et par un manque de volonté politique, la faiblesse de l'initiative privée, l'instabilité et l'insécurité, on fait que le tourisme algérien reste très faible et en retard par rapport aux autres pays de la Méditerranée et particulièrement par rapport aux pays voisins du Maghreb.

La situation politique et économique du pays s'améliore progressivement, ce qui se traduit par la valorisation du secteur touristique algérien. Cette prise en compte du tourisme s'est traduite par :

- L'aménagement de 174 ZET (Zone d'Expansion Touristique) dans $\frac{3}{4}$ du littoral.
- Une privatisation des entreprises publiques est engagée.
- Un encouragement des investissements privés, nationaux et étranger en élaborant un bon régime fiscal.
- Un développement de plusieurs secteurs d'activités : balnéaire, archéologique, culturel, sportif, thermal, climatique, de randonnées, de chasse et pêche, et de santé.
- Le groupe Accor possède deux hôtels (Mercure, et Sofitel) et prévoit de développer 10 nouveaux hôtels à l'avenir.