

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

وزارة تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة

Ministère de l'Aménagement du Territoire
de l'Environnement et du Tourisme



**SCHEMA DIRECTEUR
D'AMENAGEMENT TOURISTIQUE
"SDAT 2025"**

**Livre 4
La mise en œuvre du SDAT 2025 :
Le plan opérationnel**

Table des matières

Préambule.....	2-3
Introduction.....	4-5
I. La nouvelle gouvernance touristique	6
I.0. Le nouveau cadre de l'action publique : la gouvernance touristique.....	7
I.0.0. Au plan national :l'administration publique.....	7-8
I.0.1. Le renforcement des espaces intermédiaires.....	9
I.0.2. Réactiver le cadre national de concertation :le conseil national du tourisme.....	10
II. Le management du SDAT 2025.....	10
II.0. Le management public : le management suppose une organisation appuyée par un bureau d'études de management.....	11
II.0.0. Le comité de pilotage et de monitoring du développement touristique.....	11
II.0.1. Le pilotage des pôles touristiques : une administration de mission par pôle.....	11
II.1. Le marketing et la communication international/national.....	12
II.1.0. L'architecture du management SDAT 2025.....	12
II.1.1. Le management public et l'expertise internationale.....	13
II.1.2. Le recrutement d'un bureau de management :le bureau de management doit assurer dix missions.....	14
III. L'amorçage et les projets prioritaires d'investissement touristique.....	15-16
III.0. L'amorçage 2008-2015 :trois préalables.....	17
IV. La régulation et l'encadrement de l'activité touristique	18
V. Nécessité d'une table d'évaluation pour un développement durable.....	18-24
V.0. Les modes d'intervention généraux.....	25-29
VI. L'accompagnement de la mise en tourisme de l'Algérie.....	30-31
VII. L'agenda de la mise en œuvre du SDAT 2025 : la feuille de route.....	32-35
VII.0. Le chronogramme indicatif.....	36-39
Conclusion.....	40-43

Préambule : du SNAT à la mise en œuvre du SDAT 2025

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT » 2025 constitue le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie. À sa faveur l'État :

- affiche sa stratégie touristique aux différents horizons à court terme (2009), moyen terme (2015) et long terme (2025) dans le cadre du développement durable, afin de faire de l'Algérie un pays récepteur
- définit les instruments de sa mise en œuvre et précise les conditions de sa faisabilité.

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT 2025 » est une composante du SNAT 2025 lequel définit, dans un cadre de développement durable le triple équilibre de l'équité sociale, de l'efficacité économique et de la soutenabilité écologique à l'échelle du pays tout entier pour les vingt ans à venir.

Ce schéma définit donc, jusqu'à l'horizon 2025 la vision et la stratégie pour tous les acteurs, tous les secteurs et toutes les régions.

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025» traduit la volonté de l'État de valoriser le potentiel naturel, culturel et historique du pays et de le mettre au service de la mise en tourisme de l'Algérie afin de la hisser au rang de destination d'excellence dans la région euro méditerranéenne.

Il donne de ce fait pour l'ensemble du pays ainsi que pour chacune des parties du territoire national, les orientations stratégiques d'aménagement touristique dans le cadre d'un développement durable.

Le SDAT 2025 est l'aboutissement mûré d'un long processus de recherches, d'enquêtes, d'études, d'expertises et de consultations; il est le résultat d'un brain storming et d'une large concertation menée avec les acteurs nationaux et locaux publics et privés tout au long des **assises régionales et des enrichissements** qui en ont résulté. L'enjeu est l'appropriation du SDAT 2025 à tous les stades de son évolution (élaboration, mise en œuvre, suivi) par les acteurs et les opérateurs centraux et locaux du tourisme aux différents échelons (cadres hôteliers, restaurateurs, voyagistes, guides, opérateurs, associations).



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

Livre 1

Le diagnostic : l'audit du tourisme algérien

Livre 2

**Les cinq dynamiques et les programmes d'actions touristiques
prioritaires : le plan stratégique**

Livre 3

**Les pôles touristiques d'excellence (POT) et les villages touristiques
d'excellence (VTE)**

Livre 4

La mise en œuvre SDAT 2025 : le plan opérationnel

Livre 5

Les projets prioritaires touristiques

Livre 6

La synthèse générale du SDAT 2025

Le présent document intitulé « **livre 4: La mise en œuvre du «SDAT2025 »** »

Le plan opérationnel » traite de sept thématiques :

- I. La nouvelle gouvernance touristique**
- II. Le management du SDAT 2025**
- III. L'amorçage et les projets prioritaires d'investissement touristique**
- IV. La régulation et l'encadrement de l'activité touristique**
- V. Nécessité d'une table d'évaluation pour un développement durable**
- VI. L'accompagnement de la mise en tourisme de l'Algérie**
- VII. L'agenda de la mise en œuvre du SDAT 2025 : la feuille de route**

Introduction

L'audit et le diagnostic effectués dans le cadre de l'élaboration du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «**SDAT2025**» a permis de dégager les grandes tendances de l'industrie touristique mondiale, de définir les attentes des clientèles nationales et internationales, de mettre en évidence les potentialités et les enjeux touristiques majeurs de notre pays et de caractériser les lacunes et entraves qui peuvent bloquer le développement touristique mais également les inflexions qui peuvent le consolider.

Dès lors, il s'agit d'entreprendre un profond travail de refondation du tourisme national pour faire de notre pays un nouvel entrant dans le tourisme méditerranéen tout en prenant soin de l'enraciner dans le développement du territoire, et dans son environnement local.

De par son triple effet :

1. **Sur les équilibres macroéconomiques** (emploi, croissance, balance, commerciale, financière et investissements).
2. **D'entraînement des autres secteurs** (Agriculture, Artisanat, Culture, Transports, Services, BTPH, Industrie, Emplois, ...).
3. **De socialisation des échanges et d'ouverture** tant au niveau national qu'international,
Le tourisme constitue une source d'économie alternative au modèle de développement actuel.

Cette prise de conscience de l'enjeu du développement touristique en tant **qu'impératif et non plus en tant que choix** vise, entre autres objectifs de répondre aux attentes grandissantes des Algériens et de nos communautés résidant à l'étranger, ainsi qu'à la demande internationale qui, s'intéresse progressivement à notre pays.

Le tout tourisme n'est pas une utopie, c'est une stratégie d'action dont les contours s'accroissent sur des territoires, les territoires les plus aptes à recevoir l'activité touristique à la faveur des pôles touristiques d'excellence et l'aménagement de villages d'excellence (VTE).

La mise en œuvre durable du «SDAT2025» suppose quatre actions majeures :

1. **La réorganisation de l'activité touristique** dans le cadre de la nouvelle gouvernance.
2. **La fixation de règles d'aménagement** en fonction des niveaux de capacités de **charges écologiques et démographiques** afin d'assurer la durabilité du développement du capital naturel.
3. **Le management de la politique touristique** afin de concrétiser les objectifs et l'ajustant graduellement si nécessaire.



- 4. La sensibilisation du citoyen au fait touristique** afin que la société toute entière en **saisisse l'enjeu et devienne partie prenante du tourisme**. Car on ne fait pas de tourisme sans la participation active de la société.

Pour la définition de cette stratégie, il est impératif d'avoir une approche novatrice qui associe tous les acteurs, soit l'État, les collectivités locales, la société civile, les offices locaux du tourisme, les opérateurs et professionnels au plan national, régional et local dans le cadre d'un partenariat durable.

I. La nouvelle gouvernance touristique

Toute politique touristique appelle une organisation et une nouvelle gouvernance. Cette nouvelle gouvernance vise à favoriser la mise en place d'interactions constructives entre les trois principaux acteurs du développement touristique :

1. **L'État** conçoit la politique au niveau national que les **collectivités locales** mettent en œuvre au plan régional et local. **L'État reste le moteur du développement** à la faveur de démarches qui visent à créer **un environnement politique et juridique favorable et de programmes de développement adossés à la promotion de la qualité et la labellisation de la nouvelle Destination Algérie.**
2. **Les acteurs économiques** qui portent les projets génèrent des ressources et créent les richesses et les emplois.
3. **La société** qui facilite l'interaction politique et sociale en participant aux activités touristiques et au développement d'une **culture touristique fondée sur les acquis d'une authentique civilisation. Elle participe également de l'aide à la formalisation définitive des projets touristiques définis dans les différents pôles en respectant la méthode de la démarche ascendante et participative.**

La gouvernance permet ainsi d'assurer la mise en œuvre des projets dans un cadre transparent et dans une optique de cohérence respectée, de faisabilité technique et économique vérifiée et de bonne répartition des missions entre investisseurs publics et privés ainsi que de la bonne planification des actions dans l'espace et le temps.

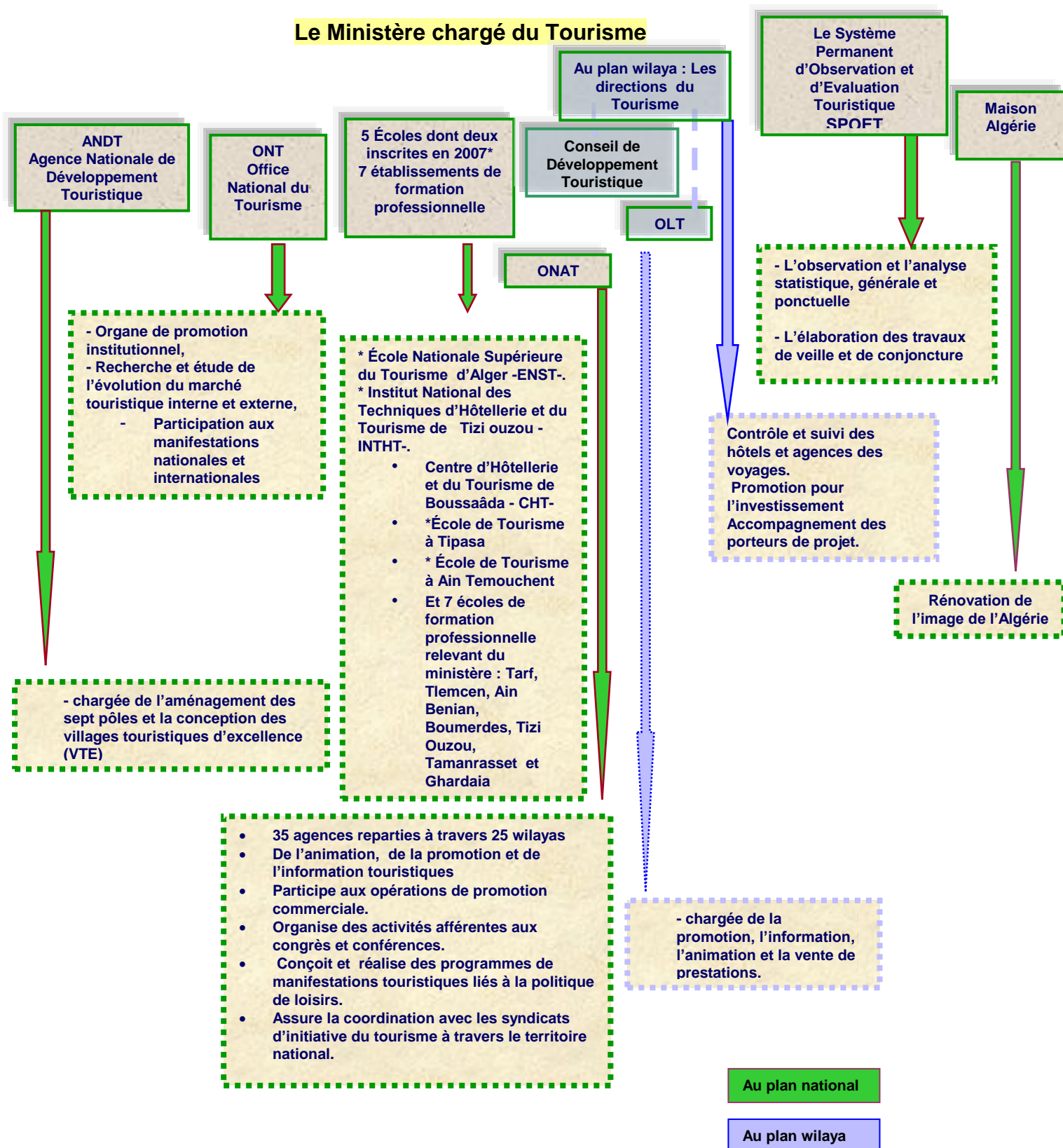
Les objectifs de la nouvelle gouvernance :

1. **Aider à la création** d'un climat propre à la mise en tourisme de la destination Algérie,
2. **Aider à l'émergence** des projets touristiques dans les différents pôles touristiques d'excellence en respectant une démarche participative,
3. **Veiller à la mise en œuvre** des projets dans une optique de cohérence, de faisabilité technique et économique vérifiée et de durabilité,
4. **S'assurer de la bonne** planification et de la bonne articulation des actions dans la durée.

I.0. Le nouveau cadre de l'action publique : La gouvernance touristique

I.0.0. Au plan national : l'administration publique

Le Ministère chargé du Tourisme



Le renforcement du cadre institutionnel national et local

La réorganisation des structures de l'administration du tourisme est aujourd'hui achevée par **les services centraux. Les services extérieurs** (direction du tourisme de wilayas) seront quant à eux renforcés aux différents plans humain et matériel **en vue d'une prise en charge plus efficiente de leurs missions d'animation, d'appui, d'encadrement, de promotion et de contrôle des activités touristiques qui seront déterminées par le SDAT.**

Cette réorganisation concernera en outre **le renforcement et l'élargissement des missions de l'Agence National de Développement Touristique (ANDT) et de l'Office National du Tourisme (ONT).**

En ce qui concerne **l'échelon local**, la mise en œuvre de la stratégie nationale de développement du tourisme s'appuiera principalement sur la participation et l'implication de l'ensemble des acteurs locaux (Collectivités locales, opérateurs, associations...).

I.0.I. Le renforcement des espaces intermédiaires

L'ANDT

Outre ses missions relatives à l'aménagement et à la gestion des zones d'expansion touristique, **l'ANDT** devra assurer les missions d'ingénierie hôtelière et touristique ainsi que les prestations d'étude et de conseil au profit des opérateurs et des investisseurs. Elle devra également prendre en charge la valorisation des potentialités touristiques en assurant une synergie entre l'ensemble des activités à l'intérieur des zones d'expansion et des sites touristiques.

Elle est également chargée de la maîtrise d'ouvrage déléguée sur la base d'une convention de mandat.

Ces mesures permettront à **l'ANDT** de rayonner sur l'ensemble des zones et d'initier toute action visant à garantir la compétitivité de l'offre touristique nationale.

L'ONT

Le rôle de **l'ONT**, organe de promotion institutionnelle, devra être renforcé en vue d'une meilleure maîtrise des opérations, de marketing et de relations publiques.

Force est de constater que **l'ONT**, instrument de mise en œuvre de la politique de promotion et de communication du tourisme algérien, aussi est-il urgent de procéder à la révision de son statut et au recentrage de ses attributions dans le but, notamment de :

- Privilégier les missions d'étude et prospectives,
- Adapter les actions de promotion aux évolutions des marchés touristiques,
- Impliquer davantage les opérateurs et les professionnels du tourisme, dans la conduite d'opérations promotionnels conjointes,
- Utiliser les nouvelles techniques de communication et d'information.



L'ONAT

L'office national des activités touristiques compte 35 agences réparties à travers 25 wilayas.

L'ONAT est une entreprise à caractère commercial qui a en charge une activité d'intermédiation entre ceux qui offrent des services en Algérie et la demande potentielle à l'étranger. Elle s'est recentrée sur son activité de base qui est celle d'organisateur de voyage.

Ses principales missions sont :

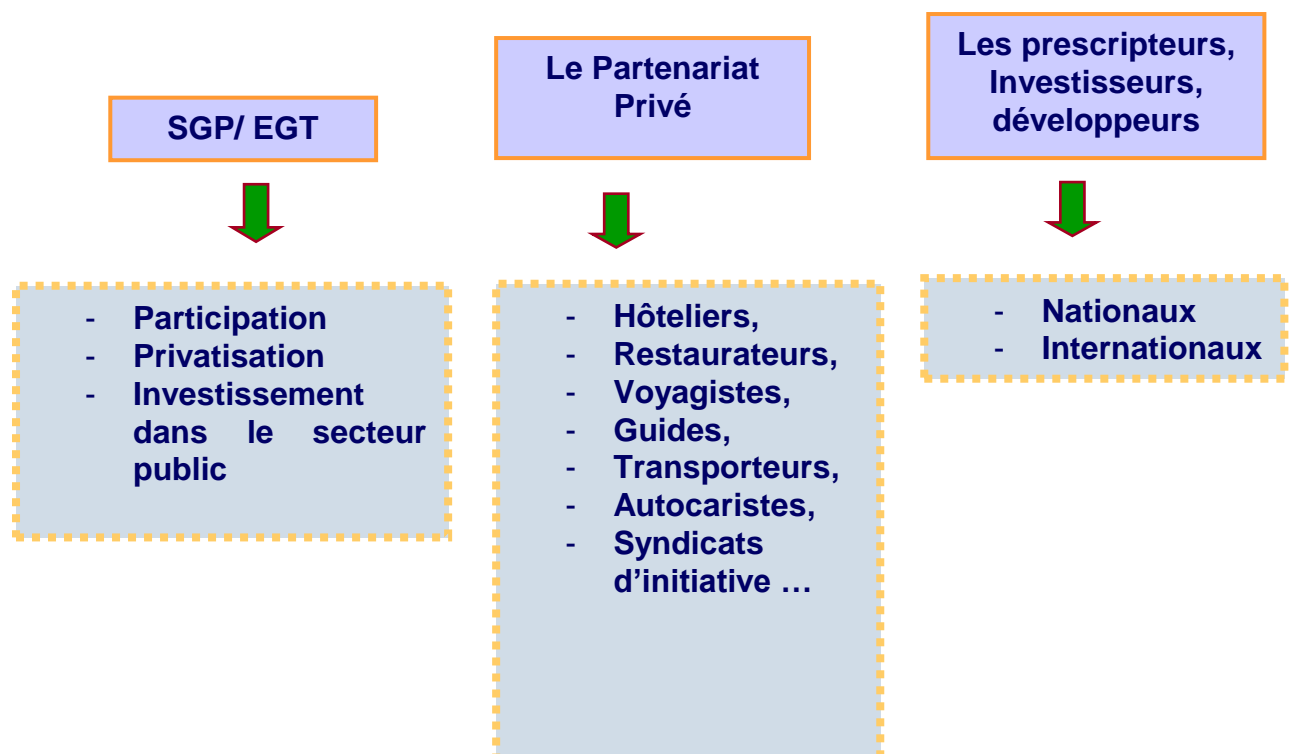
- L'animation, la promotion et l'information touristiques
- La participation aux opérations de promotion commerciale.
- L'organisation des activités afférentes aux congrès et conférences.
- La conception et la réalisation des programmes de manifestations touristiques liés à la politique de loisirs.
- La coordination avec les syndicats d'initiative du tourisme à travers le territoire national.

I.0.2. Réactiver le cadre national de concertation : le Conseil national du tourisme

Constitue le cadre de concertation intersectorielle ; il est à réactiver de même qu'il sera procédé à la redynamisation **du comité national de facilitation des activités touristiques** dont la composition sera élargie aux représentants des professionnels du secteur sans pour autant oublier le conseil de wilaya de développement touristique.

Le nouveau cadre partenarial pour
la promotion et le développement du tourisme algérien

Les opérateurs et les partenaires privés :





II. Le management du SDAT 2025

La complexité des actions touristiques, leur développement dans le temps et la multiplicité des partenaires impliquent une action de management indispensable afin :

1. d'assurer le lancement et le suivi du SDAT (planning prévisionnel, suivi des projets, évaluation au regard des objectifs du SDAT et du tableau de bord,...),
2. D'actualiser le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «**SDAT2025** » tous les cinq ans à partir de sa mise en œuvre (l'adapter aux exigences locales, préciser le contenu des projets sur la base d'études sectorielles et pré-opérationnelles...),
3. De veiller à la cohérence des projets avec les objectifs du SDAT et à leur pertinence par rapport aux potentialités du marché et du pays,
4. De fixer les objectifs à chaque acteur des pôles touristiques,
5. De faire réapproprier le SDAT par les acteurs du tourisme (directeurs de tourisme, offices, voyagistes...) et développer des passerelles intra et intersectorielles mais également avec les autres partenaires.

II.0. Le management public : Le management suppose une organisation appuyée par un bureau d'études de management

II.0.0. Le comité de pilotage et de Monitoring du développement touristique

Le comité de pilotage est constitué de cadres du Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme. Il est organisé autour de quatre missions essentielles. Il doit veiller à la compatibilité des projets touristiques avec les orientations du SDAT, préparer les réunions de travail et arrêter les décisions définitives concernant les projets à mettre en œuvre et surtout d'assurer la mise en œuvre et le monitoring des projets touristiques.

II.0.1. Le pilotage des pôles touristiques : une administration de mission par pôle

Un **Chargé de mission** anime chaque pôle touristique structurant. Il assure le lien avec les différents acteurs locaux autour des projets du pôle touristique d'excellence dont il a la charge. Il rend compte au Ministre de l'état d'avancement du «SDAT» sur le terrain et de la réalisation des projets touristiques par pôle, il identifie les points de dysfonctionnement, les besoins et les attentes locales.

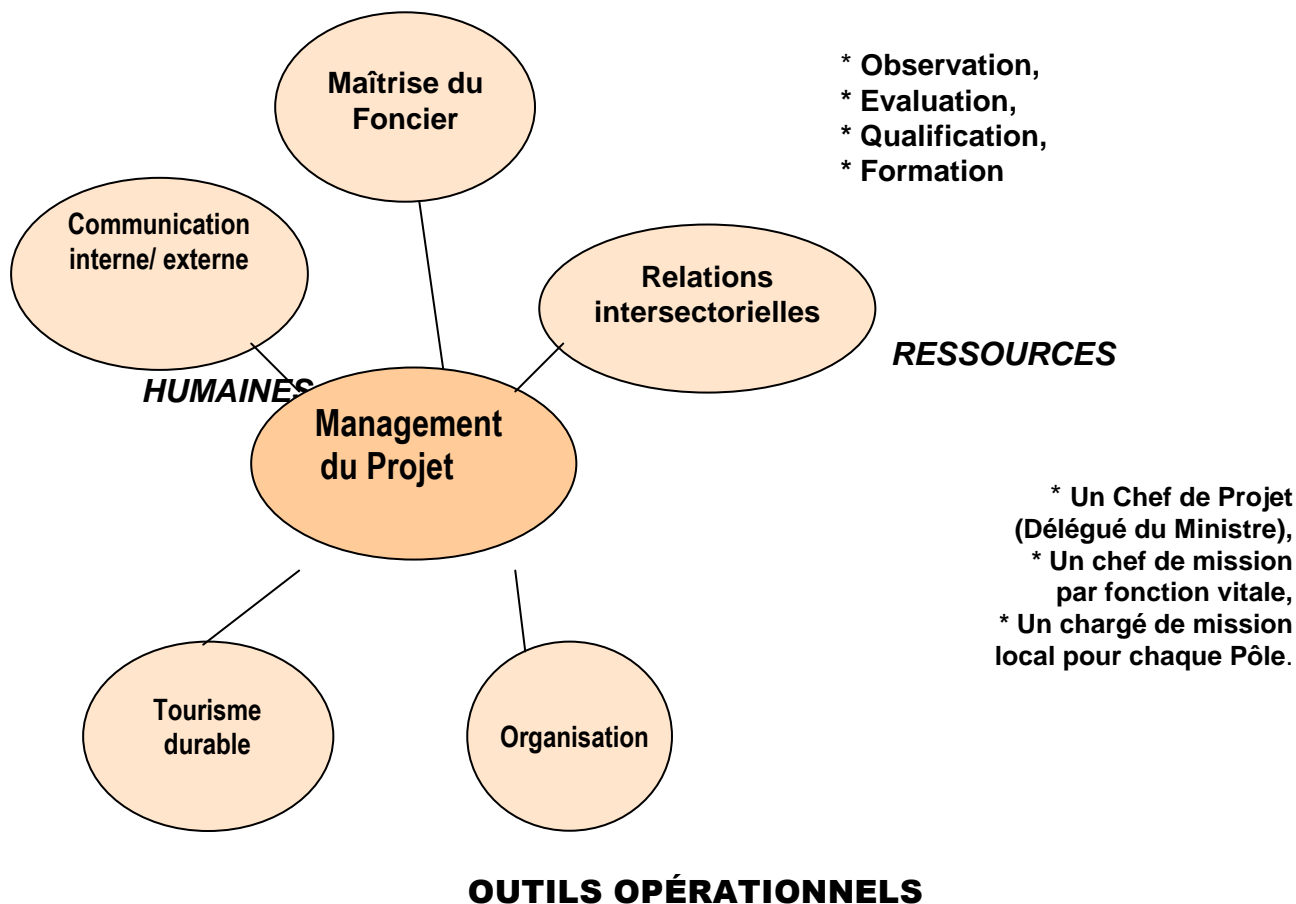
II.1. Le Marketing et la communication international / national

Une action durable de promotion et de communication aussi bien nationale qu'internationale permettra d'informer sur l'état d'avancement du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025 » et de façon plus générale sur le positionnement de l'Algérie comme une destination touristique à part entière.

II.1.0. L'architecture du management SDAT

MISSIONS ESSENTIELLES DE PILOTAGE

MESURES D'ACCOMPAGNEMENT



Maîtrise du foncier	Promotion/ Communication	Animation promotion	Gestion, privatisation	Formation/ Qualification	Observation/ Evaluation	Relations intersectorielles Transversalité	Observation/ Evaluation	Développement durable	Organisation
ANDT	ONT DAR EL DJAZAÏR	ONAT	GESTOUR	ECOLE	SPOET	MINISTERE	MINISTERE	MINISTERE	MINISTERE

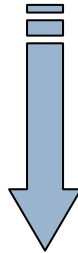
II.1.1. Le management public et l'expertise internationale

L'administration centrale est assurée par un bureau de management de dimension internationale et d'un bureau conseil.

Le système de management et de suivi des projets confirme et valide les différentes étapes de réalisation de projets par rapport aux engagements :

- 1) La mise au point de système de monitoring, d'un bureau de management de dimension internationale qui assurera la médiation entre la puissance publique et les investisseurs avec dix missions essentielles,
- 2) D'un bureau d'avocat conseil et de consulting spécialisé dans les contentieux, litiges et conseils à même de suivre le développement touristique dans les régions. (pour accompagner les porteurs de projets, les promoteurs et les investisseurs à toutes les étapes de leurs projets).

**L'assistance au management au suivi
et à l'expertise des projets
pour l'élaboration d'un guide des prescriptions
pour chaque projet : le cahier des charges
de l'investisseur**



Le choix d'un bureau de management de dimension internationale afin d'assurer la médiation entre puissance publique et les investisseurs avec dix missions essentielles

Le choix d'un bureau d'avocats conseils et de consulting spécialisé dans les contentieux, litiges et conseils;



II.1.2. Le recrutement d'un bureau de Management : le bureau de management doit assurer dix missions essentielles

Un cahier de charges définissant les termes de référence du management est établi il développera plusieurs missions :

Mission 1:

La préparation de l'appel d'offres de « Maîtrise d'œuvre pour la réalisation de projet touristique »

Le bureau de management doit apporter au maître de l'ouvrage une assistance dans l'élaboration du cahier de charges d'appel d'offres de « Maîtrise d'œuvre »

Réalisation des études de définition de projets, et études de faisabilités.

Ces documents, serviront de base au maître d'ouvrage pour établir son offre.

Mission 2:

L'assistance au lancement et à l'analyse de l'appel d'offres de « maître d'œuvre » études et réalisation.

Mission 3:

L'assistance à la préparation du ou des contrats de « maîtrise d'œuvre » (études et travaux).

Mission 4:

La supervision, l'examen et la validation des études de maître d'œuvre pour le compte du maître d'ouvrage (hors études d'exécution).

Mission 5:

L'assistance à la préparation des dossiers nécessaires à l'obtention des autorisations de construire.

Mission 6 :

L'assistance à l'élaboration des dossiers de consultation d'entreprises.

Mission 7 :

L'assistance au lancement des appels d'offres d'entreprises et à l'analyse des offres.

Mission 8:

L'assistance à la préparation des contrats (entreprises).

Mission 9 :

La supervision des études d'exécution, des travaux et de leur réception pour le compte du maître d'ouvrage.

Mission 10 :

L'assistance à la mise en exploration des sites et à leur ouverture au public.

III. L'amorçage et les projets prioritaires d'investissement touristique

L'amorçage de l'effet d'entraînement du tourisme se fera sous l'impulsion des projets prioritaires identifiés par le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025 » :

- 1. L'Investissement Touristique National**
- 2. Hôtels de chaînes : le nombre de lits toutes catégories confondues est de 29 386 lits**
- 3. Villages touristiques d'excellence (VTE) et de nouvelles plates-formes intégrées dédiées à l'expansion touristique.**

A. Les Villages touristiques d'excellence

1. Village touristique d'excellence de Messida, El Tarf
2. Village touristique d'excellence de Hennaya, El Tarf
3. Village touristique d'excellence de Sidi Salem, Annaba
4. Village touristique d'excellence de Agrioun, Bejaia
5. Village touristique d'excellence 'MEDI SEA' à Boudouaou El Bahri, Boumerdès
6. Village touristique d'excellence de Sghirat, Boumerdès
7. Village touristique d'excellence de Corso, Boumerdès
8. Village touristique d'excellence de Zeralda-Ouest
9. Village touristique d'excellence de Sidi Fredj, Alger
10. Village touristique d'excellence de Sahel, Alger
11. Village touristique d'excellence de Forum El Djazair, Moretti 1, Alger
12. Village touristique d'excellence EIIC, Moretti 2, Alger
13. Village touristique d'excellence de Aïn Chorb, Aïn Taya, Alger
14. Village touristique d'excellence de La Marsa, Alger
15. Village touristique d'excellence de Bouharoun, Tipasa
16. Village touristique d'excellence de Oued Bellah CESAREE. Tipaza
17. Village touristique d'excellence de Colonel Abbas (Tipaza)
18. Village touristique d'excellence de Tipasa (CET)
19. Village touristique d'excellence de Hélios Kristel, Oran
20. Village touristique d'excellence de Maddagh, Oran
21. Village touristique d'excellence de Moscarda à Tlemcen
22. Village touristique d'excellence de Moscarda, Tlemcen
23. Village touristique d'excellence de KSAR MASSINE, Timimoun, Adrar

Une vingtaine de villages touristiques d'excellence VTE conçus à la croisée de la demande internationale et de la demande nationale



B. Les Parcs écologiques et touristiques

- 24. Dounya Parc Annaba
- 25. Dounya parc Constantine
- 26. Dounya parc Alger
- 27. Dounya Parc Oran
- 28. Les Parcs Oasiens

C. Les Centre de soin, de santé et de bien être :

- 29. Hammam Guergour
- 30. Hammam Melouane
- 31. Chréa

D. Lancement de 80 projets touristiques dans 6 pôles touristiques d'excellence en Algérie : 5 986 lits et 8 000 emplois en perspective

Tableau récapitulatif de la capacité d'hébergement hôtelière projetée

Pôle touristique d'excellence	Hôtels (toutes catégories confondues) Nombre de lits	Village touristique d'excellence /Nombre de villages	Nombre de lits total par village touristique d'excellence
POT .NC	9295	11	1426 1240 6885 360 460 2004 5985 17510 2697 1282
			39849
POT .NE	5965	3	4938 2440
			7378
POT .NO	10146	4	732 220 5900
			6852
POT. SE "Oasien"	2092		
POT.SO "Touat-Gourara"	1513	1	92
POT.GS "Tassili-N'Ajjer"	150		
POT. GS "Ahaggar "	225		
TOTAL LITS (hôtels ponctuels)	29386		54171
TOTAL LITS (hôtels ponctuels +villages)		83557	

NB : En plus des hôtels ponctuels et des villages touristiques, les parcs touristiques accueillent une capacité d'hébergement hôtelier avoisinant les cinq cent (500) lits.



III.0. L'amorçage 2008-2015, trois préalables

La question du foncier touristique dont une grande partie réside dans l'adoption urgente d'une nouvelle approche de préparation, d'aménagement et de gestion des assiettes foncières dans les zones d'expansion touristiques ZET et les villages touristiques d'excellence VTE constitue la clé de la dynamique du tourisme.

La diversité des statuts des patrimoines intégrés dans ces zones (domaine national public, domaine national privé, propriétés privées), constitue une contrainte majeure de la gestion du foncier touristique.

Afin de lever cette contrainte, il est préconisé l'instauration d'une concertation étroite et active avec les départements ministériels concernés en vue de définir, le mode opératoire le mieux indiqué, au besoin par une modification des dispositions législatives et réglementaires, permettant un traitement souple et efficient de la question du foncier touristique.

L'amorçage 2008-2015 est conditionné par trois préalables :

1- L'impératif de l'assainissement du foncier touristique :

Un programme d'actualisation, d'assainissement et de management du foncier touristique est lancé en vue de sa mise à disposition des investisseurs et promoteurs ayant manifesté leur intérêt pour le pôle touristique d'excellence.

2 - La reconstitution du stock foncier :

La reconstitution de stock foncier doit servir de plates-formes touristiques intégrées afin d'augmenter le stock de potentiel foncier touristique à travers les actions, d'identification, de délimitation et de déclaration par voie réglementaire.

3 - L'accessibilité :

L'accompagnement à la création des voies d'accès aux plates-formes et villages touristiques d'excellence (VTE) par :

- La réalisation des infrastructures d'accès à l'extérieur des ZET.
- L'élaboration d'un plan de circulation et d'accessibilité pour chaque projet
- La viabilisation de chaque projet

IV. La régulation et l'encadrement de l'activité touristique

Ils doivent fixer des règles et des limites et afficher une démarche opposable au tiers

I - Fixer les règles de l'aménagement touristique, l'État se doit de :

- 1 - Préciser le positionnement de chaque pôle et en identifier les filières,
- 2 - Fixer les limites de l'aménagement touristique, du développement et les capacités de charge territoriales et écologiques pour chaque projet,
- 3 - Veiller à l'aménagement en profondeur dans les pôles balnéaires,
- 4 - Veiller au caractère intégré des aménagements et à leur insertion dans le territoire,
- 5 - préparer la société locale à la mise en tourisme.

II - Afficher une démarche unique opposable à tous les promoteurs, développeurs et investisseurs. Pour chaque projet ils doivent veiller à respecter six préalables :

- 1 - La définition du concept développé pour le projet,
- 2 - L'exigence d'un master plan pour le projet d'investissement,
- 3 - L'obligation d'un Business plan pour le projet,
- 4 - L'élaboration d'une étude d'impact sur l'environnement,
- 5 - Le plan de circulation et d'accessibilité pour le projet,
- 6- La nécessaire garantie financière pour tout investissement avec l'implication d'une banque de premier ordre.

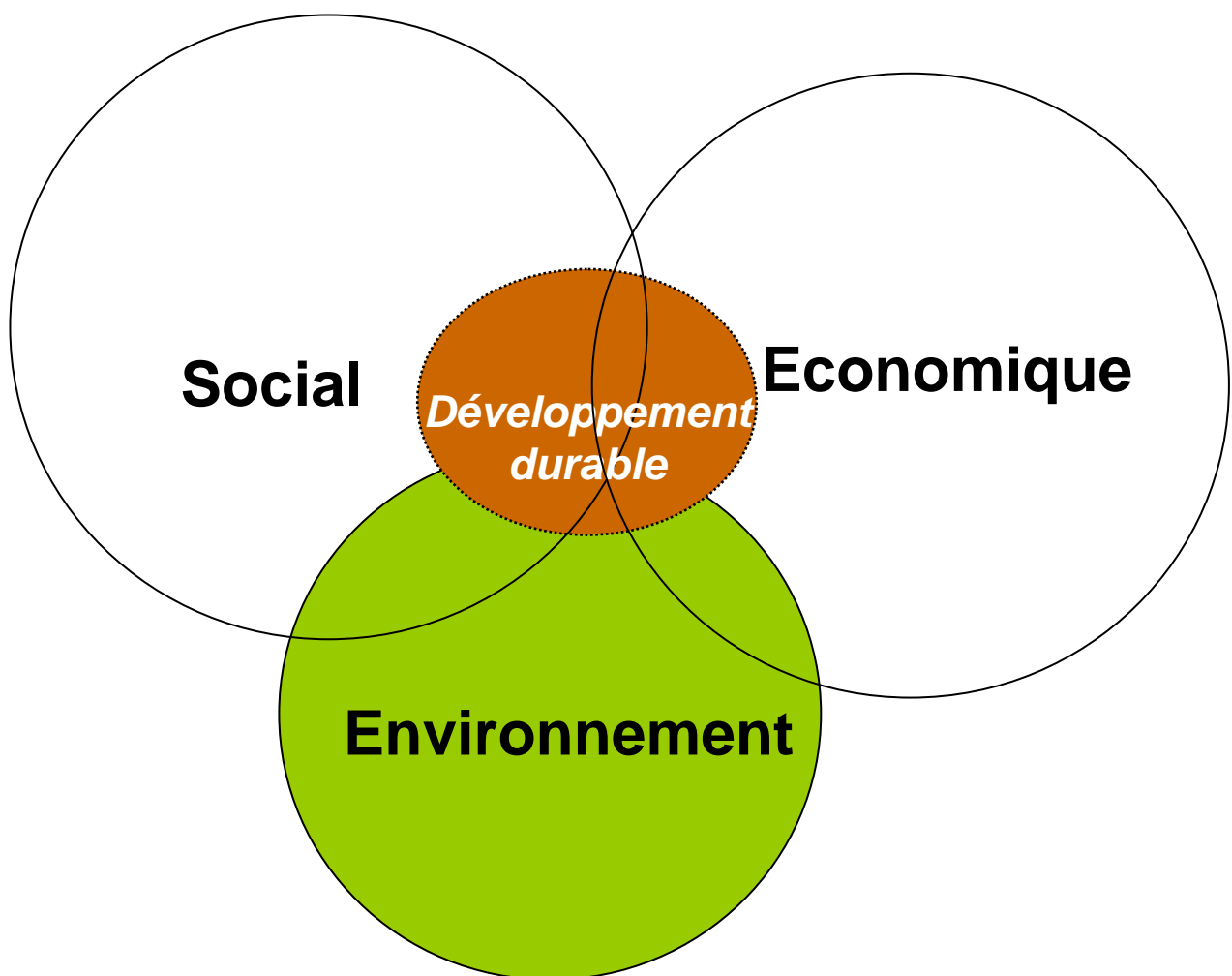
V. Nécessité d'une table d'évaluation pour un développement durable

Le développement du tourisme implique le développement d'activités humaines sur le territoire qui, systématiquement provoquent :

- **Un accroissement des volumes des déchets** (déchets de chantier, déchets ménagers, déchets des entreprises touristiques créées),
- **Un accroissement des consommations d'eau et des rejets d'eaux usées et une modification des régimes d'écoulement des eaux de pluie.**
- **De nouveaux besoins en matière de déplacements.**
- **Un accroissement de la demande en énergie** (chauffage, eau chaude, éclairage)
- **Des nouvelles nuisances sonores** (implantations d'activités bruyantes, déplacements...)

Le développement touristique requiert une approche systémique, c'est-à-dire, la prise en compte de l'ensemble des facteurs concourant à un aménagement cohérent et de l'articulation de ces facteurs entre eux.

LES 3 DIMENSIONS DU DÉVELOPPEMENT DURABLE





Une table d'évaluation pour un développement durable

LES PRINCIPES DU DEVELOPPEMENT DURABLE	
Solidarité dans le temps	Eviter de reporter les problèmes sur les générations futures (diminution de matières premières, de la ressource en eau, pollution des sols, surconsommation de l'espace,...)
Précaution	Pointer en amont les risques potentiels
Transversalité, globalité, interdépendance	Associer les acteurs compétents et les acteurs concernés
Prévention	Adapter le projet en fonction des contraintes
Responsabilité	Prendre la mesure des conséquences du développement envisagé
Solidarité dans l'espace	Réduire les inégalités d'accès (aux ressources énergétiques, aux transports collectifs, au confort sonore, à la desserte en eau et en assainissement,...)
Subsidiarité	Vérifier l'adéquation entre échelle et solutions (utilisation rationnelle des ressources énergétiques locales, hiérarchisation des infrastructures,...)
Réversibilité	Anticiper les évolutions (besoins en énergie, déplacements, eau, collecte et traitement des déchets...)



Une table d'évaluation pour un développement durable

LES CRITERES D'EVALUATION POUR LES 3 ASPECTS DU DEVELOPPEMENT DURABLE		
ENVIRONNEMENT	SOCIAL	ECONOMIE
Renouvellement Renouvellement des ressources	Reconnaissance Amélioration de l'organisation sociale du territoire (services de proximité, accès à la culture...)	Rentabilité Performance et possibilité d'évolution de l'activité
Prévention Mesures de protection et de prévention	Insertion Promotion sociale de tous les acteurs	Intégration territoriale Participer au développement global du territoire (bâtiment, services,...)
Valorisation En accord avec l'identité locale	Partenariat Développement d'une coopération, d'une force collective	Souplesse Flexibilité pour faire face aux incertitudes (concurrence, évolution de la demande,...)
Cadre de vie Services, ambiance, beauté,...	Accessibilité Eviter le seul développement du tourisme d'élite	Pérennité Capacité de renouvellement de l'activité et de l'attractivité touristique du territoire



Une table d'évaluation pour un développement durable

DIMENSION ENVIRONNEMENTALE		
CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ÉLÉMENTS DE MESURE
Renouvellement Le tourisme permet-il le renouvellement des ressources ?	<ul style="list-style-type: none">• Attrait paysager• Consommation d'eau• Intensité touristique	<ul style="list-style-type: none">• Evolution des caractères paysagers• Nombre de jours et quantité d'eau• Nombre de visiteurs sur les espaces les + fréquentés
Prévention Les risques de dégradation de l'environnement sont-ils maîtrisés ?	<ul style="list-style-type: none">• Espaces sensibles• Traitement des eaux• Traitement des déchets• Risques naturels	<ul style="list-style-type: none">• Contrôle de l'urbanisation• Efficacité des systèmes d'épuration• Présence d'une déchetterie• Restrictions d'urbanisation
Valorisation Le tourisme valorise-t-il le patrimoine environnemental et culturel ?	<ul style="list-style-type: none">• Notoriété• Informations• Appui aux projets• Commercialisation	<ul style="list-style-type: none">• Existence de chartes de qualité• Existence de signalétique, de brochures...• Valorisation de l'habitat, des produits artisanaux...• Fréquence des points de vente directe des produits locaux
Cadre de vie Le tourisme contribue-t-il à créer un cadre de vie agréable ?	<ul style="list-style-type: none">• Esthétique paysagère• Qualité de la circulation routière• Odeurs et bruits	<ul style="list-style-type: none">• Equilibre entre zones vertes et bâties, fleurissement, traitement des espaces publics• Nombre de jours avec encombrements, existence de réglementations spécifiques

Une table d'évaluation pour un développement durable

DIMENSION SOCIALE		
CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ÉLÉMENTS DE MESURE
Reconnaissance Les acteurs locaux sont-ils valorisés par les activités touristiques?	<ul style="list-style-type: none"> Conditions de vie des saisonniers Perception des agriculteurs, artisans ou industriels Diffusion spatiale du développement 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de logements réservés pour les saisonniers Reconnaissance de l'activité productive Répartition des emplois et services sur le territoire
Insertion Le tourisme favorise-t-il l'insertion de l'ensemble des acteurs?	<ul style="list-style-type: none"> Formation Installation d'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> Existence de stages qualifiants Actions de soutien des collectivités et professionnels
Partenariat Les acteurs touristiques sont-ils solidaires sur le territoire?	<ul style="list-style-type: none"> Services communs Animation 	<ul style="list-style-type: none"> Présence d'organisations collectives pour les achats, la commercialisation, les transports, la promotion, la gestion des sites Présence d'une structure d'information et d'action active
Accessibilité Le tourisme est-il accessible au plus grand nombre?	<ul style="list-style-type: none"> Diversité de la clientèle Tourisme péri urbain 	<ul style="list-style-type: none"> Importance relative des clients à faible revenu, des scolaires Existence d'équipements d'accueil pour les visites à la journée

Une table d'évaluation pour un développement durable

DIMENSION ÉCONOMIQUE

CRITÈRES	INDICATEURS POSSIBLES	ÉLÉMENTS DE MESURE
Rentabilité Quelle est la vitalité économique du tourisme?	<ul style="list-style-type: none"> Population Emploi local 	<ul style="list-style-type: none"> Evolution de la population active, population totale/ population de touristes Evolution de l'emploi local et du tourisme permanent et saisonnier
Intégration territoriale Le tourisme est-il intégré dans l'économie du territoire?	<ul style="list-style-type: none"> Circuit économique Pluriactivité Impact économique 	<ul style="list-style-type: none"> Achat de matières premières locales % d'actifs combinant tourisme et autres activités Nombre d'emplois dans le bâtiment, % d'agriculteurs ayant un revenu touristique
Souplesse Les activités sont-elles diversifiées?	<ul style="list-style-type: none"> Éléments de la saison Eventail de la clientèle Attractivité 	<ul style="list-style-type: none"> Nombre de saisons et de jours de pointe Diversités sociales et géographiques, gamme d'hébergements Nombre de sites et activités qui font la notoriété du territoire
Pérennité Le tourisme est-il menacé par l'évolution économique et sociale?	<ul style="list-style-type: none"> Chefs d'entreprise Organisation Information 	<ul style="list-style-type: none"> % d'entreprises possédées et gérées par des acteurs locaux Structures collectives (équipement, vente, promo) Veille commerciale, existence d'un observatoire

V.0. Les modes d'intervention généraux

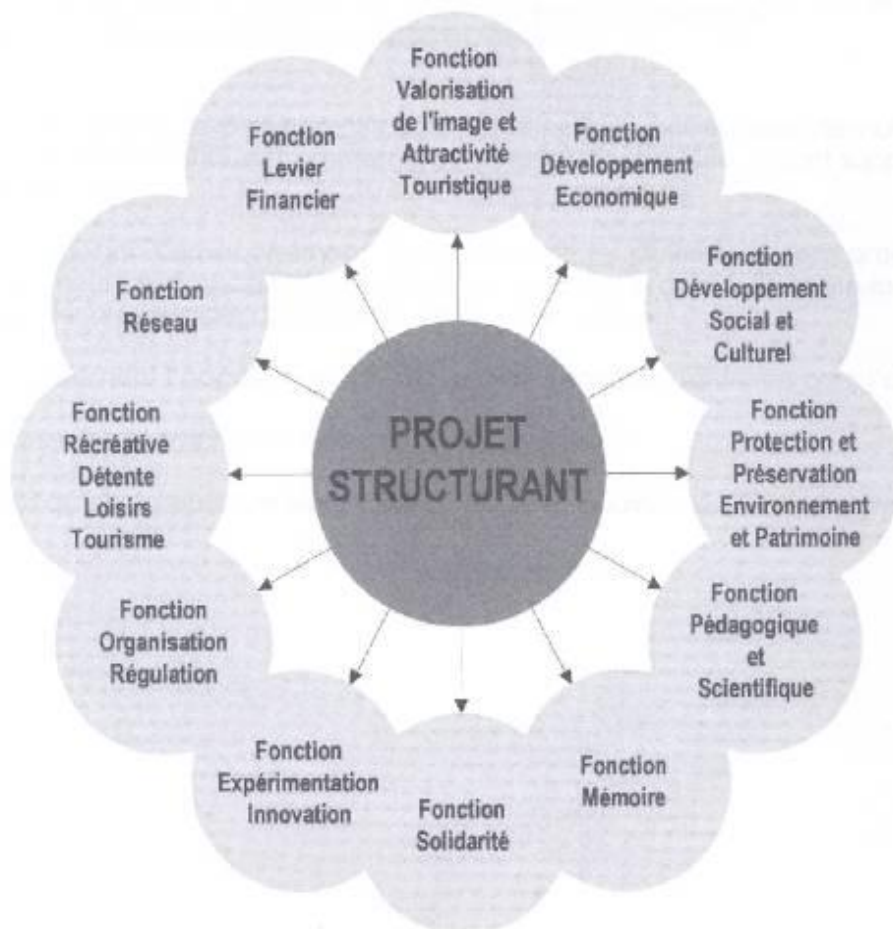
L'utilisation de l'analyse fonctionnelle dans le montage de produits touristiques

■ Trois types d'objectifs au montage de produits touristiques:

- ✓ La recherche d'un retour sur investissement plus ou moins rapide,
- ✓ La recherche d'un effet d'entraînement,
- ✓ La recherche du maintien d'une activité économique plus ou moins forte.

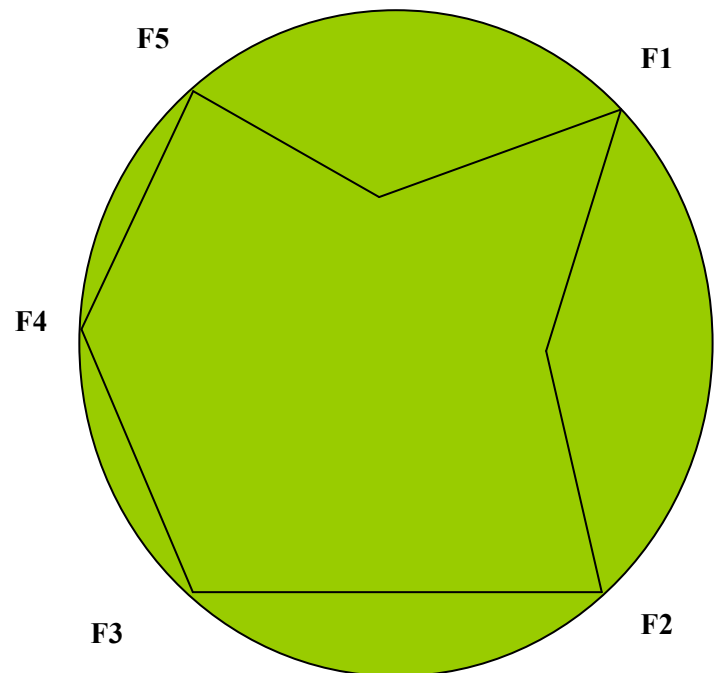
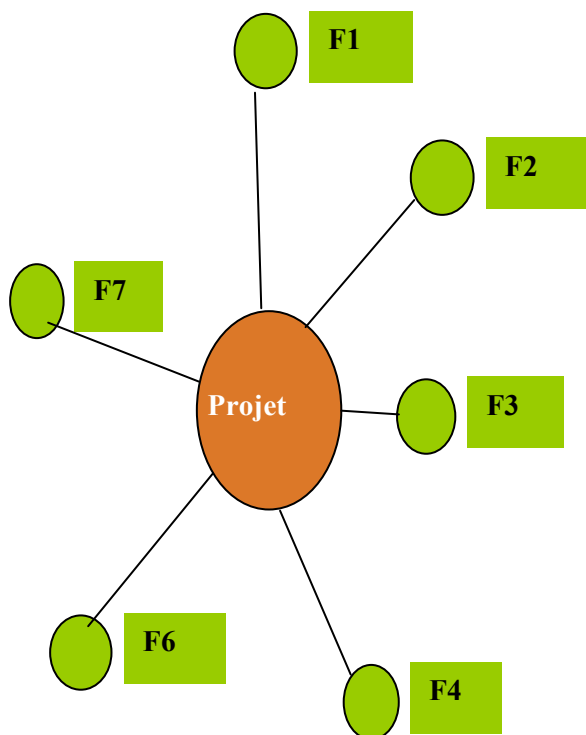
■ Au-delà de ces trois axes, les projets développés répondront à un ensemble d'exigences fonctionnelles :

- ✓ La fonction Développement économique et touristique
- ✓ La fonction Développement culturel et social
- ✓ La fonction Amélioration et préservation de l'environnement
- ✓ La fonction Pédagogique ou scientifique
- ✓ La fonction Organisation de réseaux professionnels
- ✓ La fonction Valorisation de l'image touristique de l'Algérie
- ✓ La fonction Stabilisation de la population et enrichissement humain



L'interdépendance des fonctions d'un projet facilite l'identification pour chaque thématique et site touristique retenus et permet d'identifier l'ensemble des fonctions d'un projet.

L'utilisation de l'analyse fonctionnelle permet de caractériser puis de hiérarchiser les fonctions du produit attendu par un utilisateur. Elle permet l'élaboration d'un premier « diagramme inventaire » puis d'un deuxième « diagramme hiérarchique ».



La coopération intersectorielle

La structuration de l'offre touristique algérienne a nécessairement un caractère transversal. Elle doit tenir compte de chaque logique sectorielle :

Les domaines	Les interactions avec le tourisme
L'aménagement et l'environnement, l'habitat, l'urbanisme et les finances	La planification foncière dans le cadre des POS La maîtrise des impacts, la gestion des ressources et des flux
Les travaux publics et les transports	La création de voies d'accès et des modes de transports
L'eau et énergie	L'utilisation de la ressource eau et des différents types d'énergie
L'enseignement et la formation professionnels	La formation du personnel
L'artisanat	Le développement de produits, la formation professionnelle, la création de réseaux de vente
La culture	La réhabilitation d'édifices comme les ksours et les sites antiques, la mise en valeur des traditions
l'intérieur et les collectivités locales, et les affaires religieuses	L'exploitation des traditions et des fêtes religieuses
Le commerce, l'industrie, participation et l'agriculture	La constitution d'une offre structurée et de qualité
Etc. (tous les secteurs concernés)	

- Elle correspond à la mise en place de l'outil de concertation tant national que local. Un espace consultatif travaillant en amont des projets. Le principe est admis au plan national, il doit être relayé dans les wilayas.



La valorisation des produits artisanaux et agricoles

Les thématiques	Les actions
L'offre d'hébergement et restauration	Développement de l'accueil chez l'habitant en milieu rural sous la forme de gîtes ou de chambres d'hôtes. Politique de soutien à l'investissement des particuliers Développement des gîtes d'étapes pour les randonnées pédestres et équestres Encouragement à l'ouverture de fermes auberges
La valorisation des produits du terroir	Mise en place de Routes de métiers par micro-régions (parcs nationaux, ZET, pôles touristiques...) Mise en place de Routes thématiques comme la route de l'argile... Création d'un réseau de Boutiques de produits du terroir en lien avec les Comptoirs du Tourisme sur les Wilayas Soutien aux fêtes locales thématiques comme la fête de l'abricot, de la datte, la fraise, les nèfles, le mouton. Création de fermes pédagogiques pour la population résidente.
La politique Qualité	Développement d'un label Parc National avec une charte Qualité pour l'exploitation de l'artisanat local Structuration d'une filière Produits Bio Création d'organismes certificateurs indépendants portés par les structures professionnelles Elaboration d'une charte Qualité et d'un guide national pour les hébergements ruraux



L'association de l'innovation aux principes de développement durable

Dans le domaine économique et des transports

- Valorise-t-il l'image et l'attractivité touristique du territoire ?
- A-t-il un impact positif sur les finances publiques ? Sur l'emploi ? Sur l'économie générale ? Sur la prospérité des entreprises ?
- Facilite-t-il la commercialisation de produits locaux
- Est-il adapté à la politique de transport et aux infrastructures ?

Dans le domaine du développement social et de l'éthique

- Les différentes populations locales ont-elles été associées au projet ?
- Quelle place réserve-t-il aux emplois locaux ?
- En quoi améliore-t-il la vie collective ? Et facilite-t-il les loisirs, la culture ?
- Quelle place est réservée aux logements sociaux des saisonniers ?

LE PROJET

Dans le domaine de l'innovation et de la recherche

- En quoi est-il innovant ?
- En quoi permet-il la production et la diffusion de nouveaux savoirs ?
- En quoi prend-t-il en compte l'avis des scientifiques du Domaine (archéologues, géologues, théologiens...)

Dans le domaine de l'environnement

- Comment règle-t-il les conflits d'usage ?
- Comment préserve-t-il l'environnement et les ressources naturelles ?
- En quoi améliore-t-il la qualité de vie de chacun ?
- Est-il adapté à la ressource en eau

VI. L'accompagnement de la mise en tourisme de l'Algérie

La législation et la réglementation algérienne en vigueur offrent des mesures d'incitation et de facilitation pour tout investisseur, sans distinction entre le capital national et le capital étranger. Dans ce cadre, l'Algérie est dotée d'un **code des investissements** réformé par l'**ordonnance n° 01-03 du 20 Août 2001 relative au développement de l'investissement**. Cette ordonnance offre une série d'avantages aux investisseurs. Elle met en place les instruments d'une politique de promotion des investissements tel que le **Conseil National de l'Investissement présidé par le Chef du Gouvernement, l'Agence Nationale de développement de l'Investissement (ANDI)**, avec des structures centrales et ses «guichets uniques» regroupant les secteurs administratifs concernés par l'acte d'investissement. **L'Agence gère également le Fonds d'appui à l'investissement.**

Le volet fiscal et parafiscal accorde des baisses importantes, voire des exonérations selon les régimes prévus, sur certaines charges des entreprises :

- **application du taux réduit en matière de droits de douane pour les équipements importés dans le cadre de la réalisation de l'investissement,**
- **exonération de l'impôt sur le bénéfice annuel, de l'impôt sur le revenu global, franchise de TVA sur les biens et services...).**

La législation algérienne prévoit **différents régimes de faveur**. Le régime général octroie des avantages standardisés essentiellement liés au montage du projet, et les régimes particuliers visent à favoriser certains investissements selon leur nature, intérêt ou localisation. **Les différentes facilités peuvent s'étaler sur trois ans dans le cadre du régime général et sur un maximum de dix ans pour le régime dérogatoire.**

La loi accorde également des **garanties essentielles aux investisseurs**. Elle garantit les investissements sans discrimination aucune entre les personnes physiques et morales nationales ou étrangères. Sont également **garantis, le transfert du capital investi et des revenus qui en découlent** (si ce dernier a été réalisé grâce à des apports en devises), **l'intangibilité de la loi, le règlement des différends entre l'Etat et l'investisseur ainsi que la garantie du recours à l'arbitrage international.**

Tout investisseur, personne physique ou morale, nationale ou étrangère, intéressé par le marché algérien, a plusieurs possibilités d'intervention sur le territoire algérien.

- **s'installer en son nom propre**, en créant une entité de droit commun algérien (Droit commercial algérien) constituée à hauteur de 100 % de capitaux non-résidents,
- **s'associer à un ou plusieurs résidents** (personnes physique ou morale) pour créer une Société d'Economie Mixte (SEM), prendre une ou plusieurs



participations dans le capital d'une entreprise déjà existante, **souscrire à un contrat de management.**

Selon les dispositions du Code de Commerce, la loi garantit à l'investisseur le choix de la forme juridique de la société à créer telles que la Société Action (SPA), la société à Responsabilité Limitée (SARL), la société unipersonnelle à responsabilité limitée (EURL), la Société en Nom Collectif (SNC), les sociétés en commandite simple, les sociétés en commandite par actions ou les sociétés de participation.

Une nouvelle mouture du Code du Commerce doit être élaborée prochainement pour répondre aux impératifs des engagements internationaux de l'Algérie, notamment avec l'Union Européenne et son adhésion à l'OMC.

Depuis le 1^{er} janvier 2002, un nouveau dispositif douanier est entré en vigueur. Il est élaboré sur une structure à huit chiffres et comporte quatre taux de douanes : 0, 5, 15 et 30 %, selon le degré de transformation des produits importés.

VII. L'agenda de la mise en œuvre du SDAT : la feuille de route

La feuille de route constitue la première étape de mise en œuvre du SDAT. Elle définit le cadre de mise en œuvre, le dispositif organisationnel, les activités à mener, ainsi que le chronogramme.

Etape 1 : la mise en place de la structure de pilotage

Il s'agit de la première étape du processus. Il faudra nommer le Directeur de la structure, les différents Chefs de mission et les Chargés de mission locaux. Une « réunion de lancement » sera organisée pour :

- présenter le «**SDAT 2025** » et expliquer ses objectifs et son contenu,
- organiser son implémentation auprès des acteurs du tourisme (Assises régionales et nationales pour le développement du tourisme à l'horizon 2025),
- clarifier les rôles de chaque intervenant,
- définir le planning prévisionnel de réalisation du «**SDAT 2025** »,
- déterminer le mode de fonctionnement de la structure,
- planifier les réunions de travail.

→ Une note de cadrage générale

Etape 2 : l'organisation d'ateliers de travail par projet

L'objectif des ateliers de travail est de réunir tous les membres de la Cellule pour travailler sur un projet précis et définir le mode opératoire afférent. Seront traitées, dans le cadre de ces ateliers, les différentes problématiques : filières foncière, infrastructure financière, intersectorialité, relatives à chaque projet prioritaire...

Chaque projet sera abordé sous ses différents aspects thématiques qui peuvent être par exemple :

- « hébergement – restauration »
- « équipements touristiques et de loisirs »
- « promotion / communication »
- « mode de gestion »
- « approche urbanistique »
- « prise en compte du développement durable »
- liste non exhaustive qui doit être adaptée en fonction du projet.

Les ateliers devront permettre de définir le plan d'actions et les priorités d'intervention ainsi que la part publique du budget prévisionnel (route d'accès, accessibilité, utilité, Internet, éclairage public, extension d'aéroport...) pour la réalisation du projet.

Etape 3 : la définition de la stratégie par pôle

→ Un plan d'actions par projet

touristique

Sur la base de ce qui aura été défini en étape 2, chaque Chargé de mission local devra définir les étapes de mise en œuvre du schéma à l'échelle de son Pôle. Ainsi, il mettra en regard les priorités d'intervention définies dans les différents ateliers mais uniquement celles qui concernent le pôle touristique dont il a la charge.

A partir de là, les Chargés de mission définiront le plan d'action de chaque pôle et arrêteront un calendrier prévisionnel qu'ils valideront auprès des Chefs de mission dans le cadre d'une réunion de travail.

A cette occasion, seront définies les différentes études nécessaires à la réalisation des pôles (études de marché, études de faisabilité, études d'aménagement ...).

→ Un plan d'actions par pôle

Etape 4 : le lancement pré-opérationnel du Schéma

Réunion de communication avec les représentants des autres secteurs, les acteurs locaux concernés par les projets et les représentants des différentes filières,

- Lancement des études, choix des prestataires et suivi des études,
- Mise en place de l'observatoire et de l'outil de suivi et évaluation par le SPOET,
- Recherche d'investisseurs, de promoteurs et développeurs,
- Organisation des filières et des socioprofessionnels.

A cet effet, **des assises nationales sur le développement du tourisme à l'horizon 2025 sont prévues** durant la fin de l'année 2007 et au premier trimestre de l'année 2008, sous le thème **« L'Amorçage du Schéma Directeur de l'Aménagement Touristique «SDAT2025 » pour la Mise en Tourisme de l'Algérie »**. Elles sont organisées en deux étapes :

- des assises régionales dans les pôles touristiques d'excellence tenues à Annaba, Oran, Alger et Biskra.
- des assises nationales à Alger.

Elles visent à réunir, dans un cadre participatif, l'ensemble des acteurs et partenaires du tourisme pour prendre connaissance de la stratégie de développement du tourisme à l'horizon 2025, débattre de toute question liée au fait touristique et faire des propositions autour des cinq dynamiques du **«SDAT 2025 »** à savoir :

1. Accroître l'attractivité et la notoriété de la destination Algérie (Marketing, promotion touristique...),
2. Développer et qualifier l'offre dans les pôles touristiques d'excellence dédiés à l'investissement en identifiant des filières d'avenir,
3. Définir un plan qualité tourisme : identifié par le client rationaliser les investissements (portes d'entrée de territoire - Sites repères- Hiérarchisation),
4. Articuler la chaîne touristique,



5. Mobiliser le financement opérationnel.

Enfin, les assises régionales du tourisme visant la réappropriation par les opérateurs, professionnels, la société civile, les autorités locales, du « **SDAT 2025** » organisées en séances plénières et huit Ateliers consacrés aux thématiques suivantes :

1. Le repositionnement du pôle touristique d'excellence : Produits et Filières,
2. Le pôle touristique d'excellence et le village touristique d'excellence,
3. Le plan qualité du tourisme (PQT),
4. Les ressources humaines, formation aux métiers du tourisme (filières d'excellence),
5. L'articulation de la chaîne touristique et mise en place d'un partenariat public-privé au service du développement touristique,
6. La stratégie du financement opérationnel,
7. Le marketing de la Destination Touristique des pôles touristiques d'excellence,
8. L'innovation et les technologies de l'information et de la communication au service du tourisme dans le pôle touristique d'excellence.

Etape 5 : le démarrage des premiers chantiers et négociations

Les premiers chantiers sont les chantiers prioritaires mais aussi ceux pour lesquels il n'y a pas de contraintes particulières (foncier par exemple ou bien requalification de l'existant).

- Organisation des concours de maîtrise d'œuvre,
- Choix des prestataires,
- Etudes d'exécution,
- Démarrage des chantiers.

Dès le démarrage des premiers chantiers, les Chefs de mission doivent engager les négociations nécessaires pour la mise en œuvre des autres projets du schéma Directeur d'Aménagement Touristique « **SDAT 2025** » (association des autres secteurs, acquisitions foncières, recherche de subventions, d'appui accompagnement, identification de partenariats...).

→ Un rapport

Etape 6 : la mise en place de la stratégie de promotion et de la communication

Dans un premier temps, la communication s'adressera aux professionnels (Tour Opérateur, Agences de voyage) pour restaurer la confiance, rénover l'image de l'Algérie et donner des garanties d'un développement touristique de qualité.

La stratégie doit être déclinée par étapes successives (définition des marchés cibles, objectifs par marché, identification des couples produits/ marchés, définition des outils et des supports de communication).

→ Un plan de communication

Etape 7: le lancement du Plan Qualité du Tourisme « P.Q.T »

La concrétisation du Plan Qualité Tourisme « P.Q.T » devrait être appuyée par l'identification des établissements hôteliers (hôtels, campings, résidences...), des restaurateurs, des offices locaux de tourisme, des agences de tourisme et de voyages, des transporteurs.

L'opération PQT concernera 20% du parc hôtelier (200 unités, classées ou à reclasser) et par l'activation des corporations professionnelles (Fédération nationale des ATV, Fédération nationale des hôteliers, Fédération nationale des offices de tourisme, Corporation des restaurateurs, à initier et encourager).

Elle devrait également être appuyée par :

- * la modernisation des établissements touristiques,
- * le classement réglementaire,
- * et le plan formation.

→ Un Plan Qualité Tourisme

Etape 8 : la Mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT2025 »

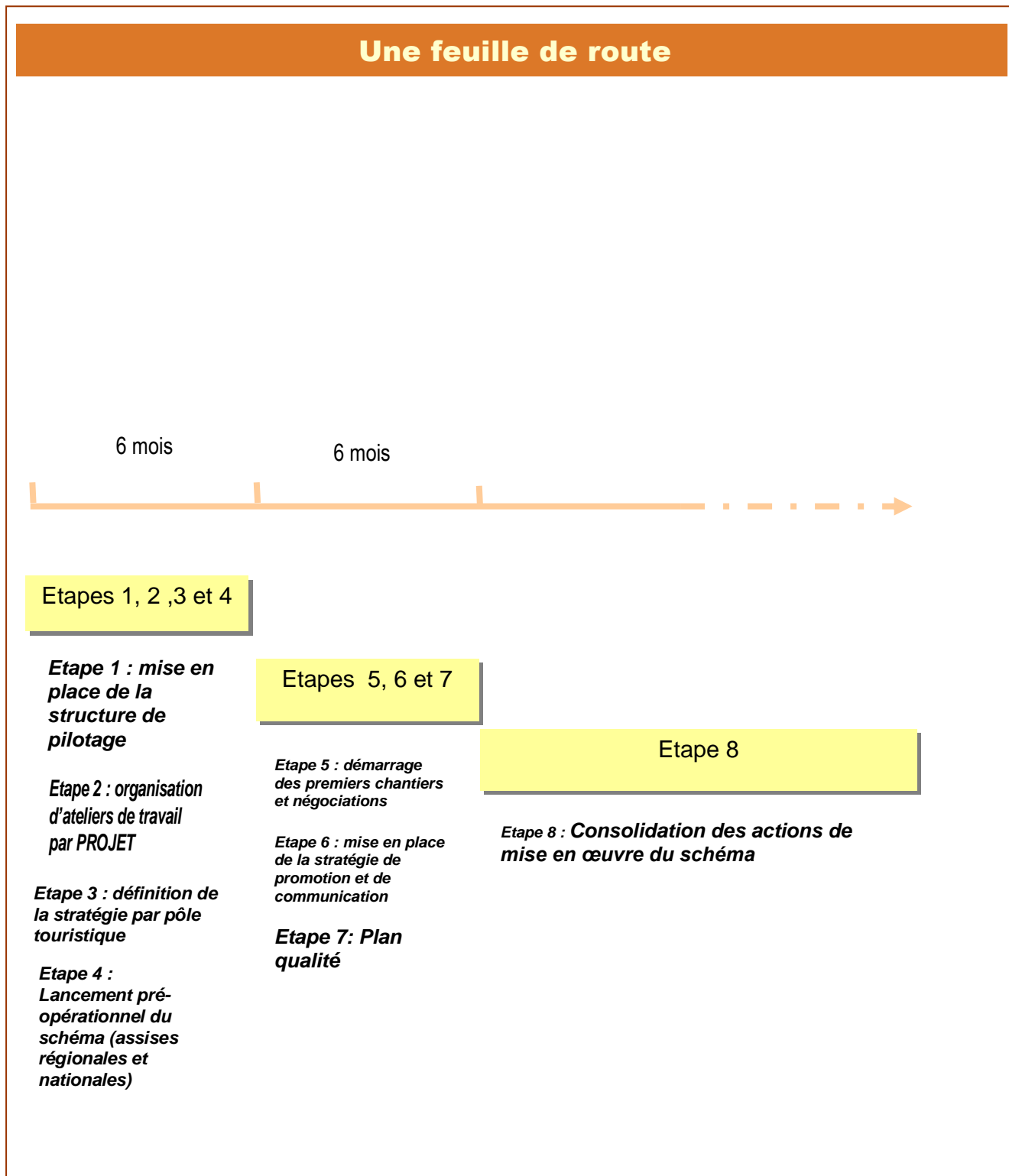
La dynamique engrangée pour la réalisation des projets appuyée par les différentes mesures d'accompagnement doit se poursuivre sur la base des plans d'action définis en étapes 2 et 3.

La structure de pilotage doit organiser une réunion tous les 6 mois pour faire le point sur l'état d'avancement des projets, recenser les dysfonctionnements et réajuster son mode opératoire en conséquence.

→ Des rapports d'étape annuels



VII.0. Le Chronogramme indicatif



à décembre 2007



La mise en œuvre du nouveau cadre de l'action touristique :

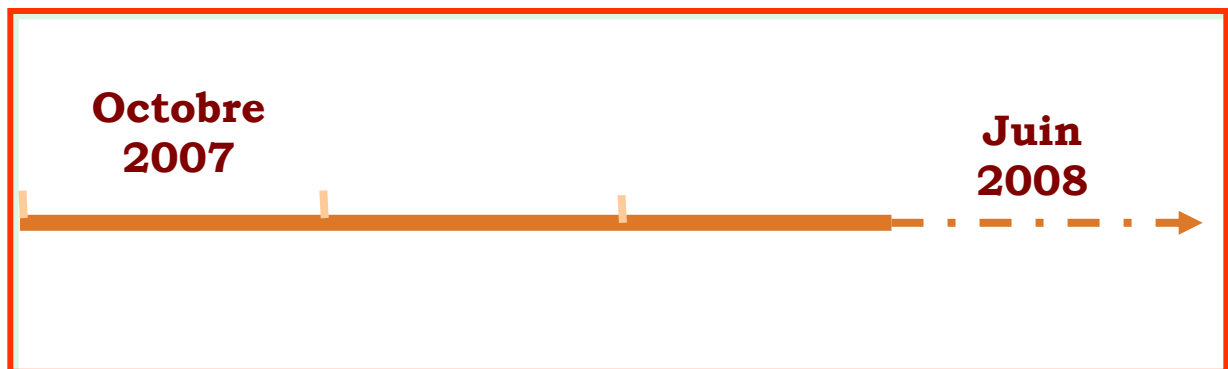
Poser les jalons de la nouvelle stratégie du tourisme.

de Juin 2007

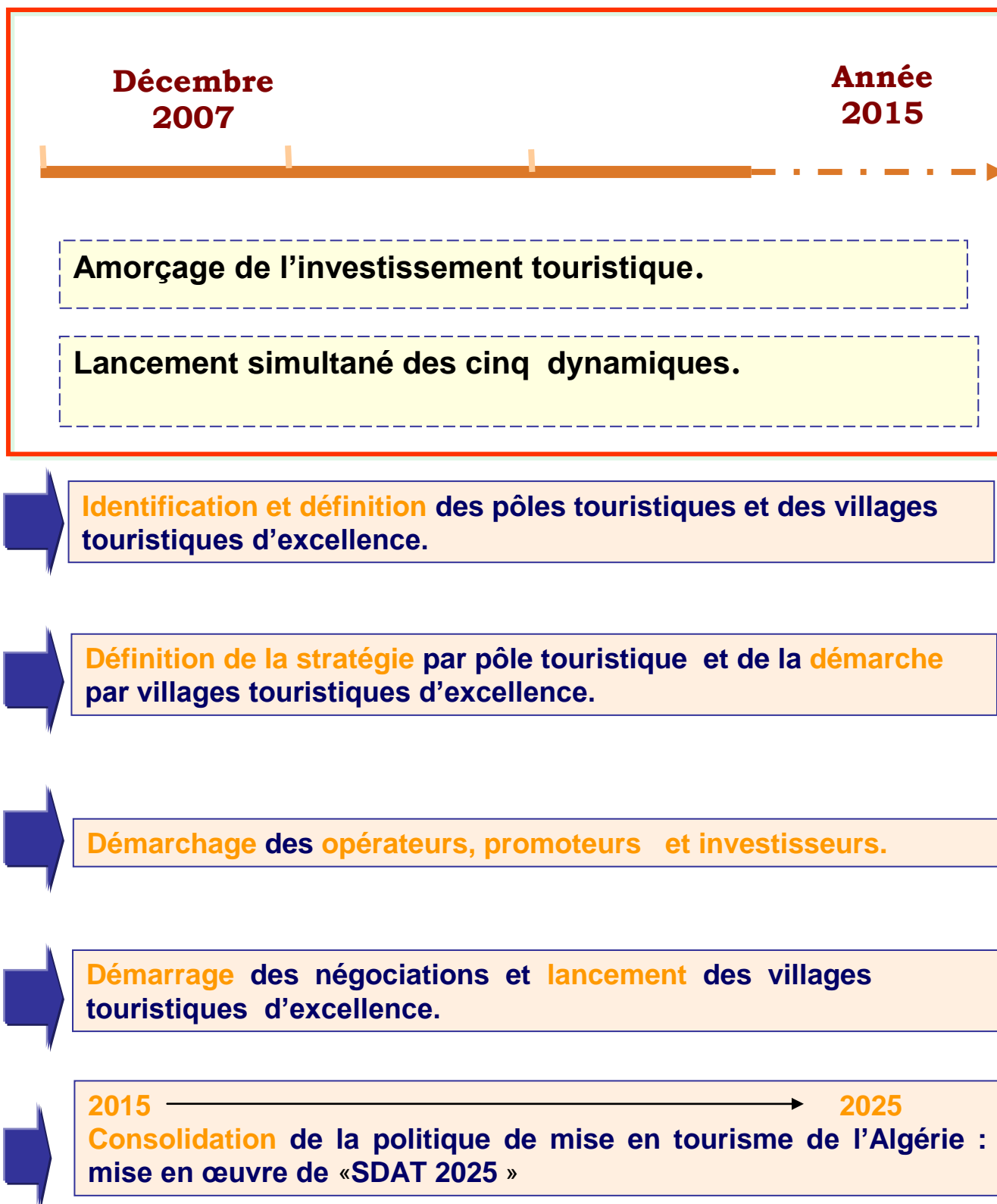
Mise en œuvre du processus de **réappropriation de la stratégie de 2025**, à travers la tenue des assises nationales.

Mise en articulation de la **chaîne touristique** pour la mise en œuvre du SDAT (mise en pôle du territoire touristique).

Lancer le plan de formation et les Écoles de formation dans le tourisme.



-  **Mise en place de la stratégie de Marketing de la destination Algérie.**
-  **Mise en place du comité de pilotage de la Destination Algérie**
-  **Lancement du plan qualité tourisme 'PQT'.**
-  **Lancement du dispositif d'accueil dans les grandes plates-formes d'entrée du territoire nationale.**
-  **Consolidation des actions de mise en œuvre du schéma et accompagnement financier.**
-  **Monter en cadence dans l'atteinte des objectifs du SDAT.**



Conclusion

La mise en tourisme de l'Algérie à l'horizon 2025 et son amorçage 2007- 2009

La mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique SDAT2025, s'appuiera sur une approche systémique, qui intègre l'ensemble des facteurs concourant à un aménagement touristique cohérent, ce qui requiert la mise en place au niveau national d'organes de pilotage regroupant les principaux acteurs et partenaires publics et privés et de bureaux de management de dimension internationale en tant qu'organe de médiation

L'amorçage 2007-2009 dans le cadre de la mise en tourisme de l'Algérie à l'horizon 2015 reposera sur la mise en œuvre des premiers pôles et villages touristiques d'excellence intégrés en tant que projets prioritaires et levier de l'amorçage touristique, et appelle à cet effet l'impératif de l'assainissement du foncier touristique au niveau des ZET et plates-formes intégrées dédiées à l'expansion touristique, ainsi qu'à la réalisation des infrastructures d'accessibilité à l'extérieur des ZET.

L'amorce de l'effet d'entraînement du tourisme se fera sous l'impulsion des projets prioritaires pré-identifiés par le «**SDAT 2025** » tels que :

- **L'Investissement Touristique National**
- **Les Hôtels de chaînes.**
- **Les Villages touristiques d'excellence de nouvelles plates- formes intégrées dédiées à l'expansion touristique.**

C'est ainsi qu'il est prévu d'achever la réalisation ou le lancement des projets suivants :

➤ Hôtels lancés ou en cours de lancement :

- 1- Hôtels de chaîne : 11 Hôtels : 3 697 lits**
- 2- Hôtels haut standing : 5 Hôtels: 1 354 lits**
- 3- Hôtels standard : 203 Hôtels : 20 355 lits**

➤ Une vingtaine de villages touristiques d'excellence VTE

1. Village touristique d'excellence de Messida, El Tarf
2. Village touristique d'excellence de Hennaya, El Tarf
3. Village touristique d'excellence de Sidi Salem, Annaba
4. Village touristique d'excellence de Agrioun, Bejaia
5. Village touristique d'excellence 'MEDI SEA' à Boudouaou El Bahri, Boumerdès
6. Village touristique d'excellence de Sghirat, Boumerdès
7. Village touristique d'excellence de Corso, Boumerdès
8. Village touristique d'excellence de Zeralda-Ouest
9. Village touristique d'excellence de Sidi Fredj. Alger
10. Village touristique d'excellence de Sahel, Alger



11. Village touristique d'excellence de Forum El Djazair, Moretti 1, Alger
12. Village touristique d'excellence EIIIC, Moretti 2, Alger
13. Village touristique d'excellence de Aïn Chorb, Aïn Taya, Alger
14. Village touristique d'excellence de La Marsa, Alger
15. Village touristique d'excellence de Bouharoun, Tipasa
16. Village touristique d'excellence de Oued Bellah CESAREE. Tipaza
17. Village touristique d'excellence de Colonel Abbas (Tipaza)
18. Village touristique d'excellence de Tipasa (CET)
19. Village touristique d'excellence de Hélios Kristel, Oran
20. Village touristique d'excellence de Maddagh, Oran
21. Village touristique d'excellence de Moscarda à Tlemcen
22. Village touristique d'excellence de Moscarda, Tlemcen
23. Village touristique d'excellence de KSAR MASSINE, Timimoun, Adrar

Les Parcs écologiques et touristiques

32. Dounya Parc Annaba
33. Dounya parc Constantine
34. Dounya parc Alger
35. Dounya Parc Oran
36. Les Parcs Oasiens

Les Centres de soin, de santé et de bien être :

37. Hammam Guergour
38. Hammam Melouane
39. Chréa

Lancement de 80 projets touristiques dans 6 pôles touristiques d'excellence : 5 986 lits et 8 000 emplois en perspective

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

Par ailleurs une nouvelle gouvernance touristique sera mise en place pour l'accompagnement des cinq dynamiques. En effet, **le développement du tourisme** passe également par la promotion et l'institution d'une nouvelle gouvernance qui vise à favoriser la mise en place d'interactions constructives entre les trois principales composantes du développement touristique :

- **L'État** qui reste le moteur du développement à travers des démarches visant à créer les conditions, les moyens et la stratégie nécessaires à la mise en tourisme.
- **Les acteurs économiques** qui portent les projets, génèrent des ressources et créent des emplois.
- **La société civile** qui facilite l'interaction politique et sociale en incitant et en aidant les populations à participer aux activités économiques, sociales et politiques. Elle participe également de l'aide à la formalisation définitive des projets touristiques définis dans les différents pôles en respectant la méthode de la démarche ascendante et participative.

La gouvernance permettra de veiller à la mise en œuvre de projets dans un cadre transparent et dans une optique de cohérence respectée, de faisabilité technique et économique vérifiée et de bonne répartition entre investissements publics et privés ainsi que de la bonne planification des actions dans l'espace et le temps.

La feuille de route de la puissance publique élaborée dans ce cadre se traduira par la régulation. Il s'agira de :

A - Préciser le positionnement de chaque pôle d'excellence touristique (POT) et d'en identifier toutes les opportunités.

B - Fixer les règles :

- Fixer les limites de l'aménagement et du développement en cohérence avec les capacités de charge territoriale et écologique.
- Veiller à l'aménagement en profondeur du pôle touristique d'excellence.
- Veiller au caractère véritablement intégré des aménagements qui y seront menés.

C - Afficher une démarche unique opposable à tous les promoteurs-développeurs, à travers:

- 1 – La définition du concept touristique,
- 2 – La présentation du Master plan du projet d'investissement,
- 3 – L'élaboration du Business plan du projet,
- 4 - Les garanties financières de l'investisseur,
- 5 - L'analyse environnementale comme pré-étude d'impact.

Le management et le suivi des projets se feront à travers :

- Un Comité National de Pilotage pour assurer la conformité et la validation des différentes étapes de réalisation par rapport aux engagements,
- Un bureau de management de dimension internationale,
- la médiation entre puissance publique et les investisseurs,
- Un bureau d'avocats conseils et de consulting spécialisé dans les contentieux, litiges et conseils,
- L'élaboration d'un guide des exigences à appliquer aux Projets : le cahier des charges de l'investisseur.

Le Chronogramme retenu pour la mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique «SDAT 2025 » :

De juin 2007 à décembre 2007 : **Mettre les jalons de la nouvelle stratégie du tourisme par :**

- La mise en œuvre du processus de réappropriation de la stratégie de 2025, à travers la tenue des assises nationales.
- La mise en articulation de la chaîne touristique pour la mise en œuvre du SDAT (mise en pôle du territoire touristique).
- L'initiation de la création d'écoles de formation dans le tourisme.

D'octobre 2007 à juin 2008 : **Amorçage de l'investissement touristique et lancement simultané des cinq dynamiques par :**

- L'identification et la définition des pôles touristiques et des villages touristiques d'excellence.
- La définition de la stratégie par pôle touristique et de la démarche par village touristique d'excellence.
- Le démarchage des opérateurs, promoteurs et investisseurs.
- Le démarrage des négociations et le lancement des villages touristiques d'excellence.

D'octobre 2007 à 2015

- La mise en place de la stratégie de Marketing de la destination Algérie.
- Le lancement du plan qualité tourisme 'PQT'.
- La consolidation des actions de mise en œuvre du schéma d'accompagnement financier.
- Le montage en cadence dans l'atteinte des objectifs du «**SDAT 2025** ».