

RIMEC

REVUE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT,
ENTREPRENEURIAT ET COMMUNICATION

Revue Semestrielle, N° 2, Janvier 2019

Numéro Spécial

TOURISME, TIC & POLITIQUE TERRITORIALE

Coordonné par :

Hassan FAOUZI & Wissal ANIR

Revue de l'Université Internationale
d'Agadir-Universiapolis

UNIVERSIAPOLIS
Université Internationale d'Agadir
الجامعة الدولية لأكادير

RIMEC

REVUE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT,
ENTREPRENEURIAT ET COMMUNICATION

www.revue-rimec.org

Revue Semestrielle, N° 2, Janvier 2019
TOURISME, TIC & POLITIQUE TERRITORIALE

Editeur : Université internationale d'Agadir- Universiapolis

Dépôt légal : 2017PE0086

ISSN : 2605-602x

Imprimerie : Souss Impression Edition

RIMEC

REVUE INTERNATIONALE DE MANAGEMENT,
ENTREPRENEURIAT ET COMMUNICATION

Revue Semestrielle, N° 2, Janvier 2019

Numéro Spécial

**TOURISME, TIC &
POLITIQUE TERRITORIALE**

Coordonné par :

Hassan FAOUZI & Wissal ANIR

Sommaire

Présentation <i>Hassan FAOUZI , Wissal ANIR</i>	5
Ciné-tourisme : films et séries télévisées comme outils de promotion touristique territoriale <i>Naoil CHAOUNI</i>	11
Le patrimoine Naturel dans la Zone du Rif, région Tanger-Tétouan El Hoceima (Province de Chechaouen) : géo-tourisme et géo-patrimoine <i>Mohamed RIDA ALILOU, Adil SALHI</i>	27
Le tourisme urbain, un dilemme pour repenser la centralité urbaine ? Cas de la ville méditerranéenne Skikda (Algérie) <i>Alla Eddine FENCHOUC</i>	57
Les apports entre les transports collectifs en site propre durable et le tourisme dans la ville de Constantine <i>Imane HARKAT, Boubba BENRACHI</i>	75
La mise en tourisme des médinas maghrébines: Le souk du vieux Ténès entre dégradations et perspectives de développement touristique durable <i>Iqbal BENEDJMA, Aissa MAHIMOUD</i>	97

Les villes historiques du monde arabe entre valorisation patrimoniale et attractivité touristique. Cas du centre historique de la ville de Tébessa, Algérie <i>Abdelkrim HAMDI PACHA, Zineddine GUENADEZ</i>	<i>117</i>
L'évènementiel, outil de marketing urbain et de dynamique urbaine : vers une promotion touristique de la ville Constantine capitale de la culture arabe 2015 <i>Asma BELKHARCHOUCHE, Nassira BENHASSINE</i>	<i>145</i>
L'endettement de l'hôtellerie tunisienne : l'image d'un héritage structurel <i>Hatem HAMDI</i>	<i>161</i>

Présentation

Hassan FAOUZI & Ouissal ANIR

hassan.faouzi@universiapolis.ma

anir.ouissal@isiam.ma

Le présent numéro regroupe des articles issus du colloque international, qui s'est tenu du 23 au 25 février 2017, à l'université internationale d'Agadir, Universiapolis (Maroc) autour de la problématique du tourisme et du développement territorial. Il renferme donc des propositions issues de différents terrains d'études à l'échelle internationale autour de l'apport du tourisme dans le développement du territoire.

L'intérêt de ce numéro réside dans la grande variété de questions qu'il soulève. Les articles qui le structurent présentent des contextes très diversifiés et des points de vue complémentaires.

L'article de Naoil Chaouni (*Ciné-tourisme : films et séries télévisées comme outils de promotion touristique territoriale*) cherche à explorer les liens entre cinéma et tourisme, à travers l'exemple de la série marocaine «*Bnat Lalla Mennana*» et ses effets sur l'attractivité touristique de la ville de Chefchaouen dans le nord du Maroc. L'auteure s'attache à présenter le «cinétourisme», convergence des deux filières, comme facteur de promotion touristique, surtout qu'aujourd'hui l'influence des médias visuels ne se dément pas. Dans le processus décisionnel menant au choix d'une destination, le touriste s'inspire de dépliants, de photographies, de livres, etc., mais aussi de films. Ainsi, Télévision et Tourisme sont étroitement liés. Par son travail, l'auteure rejoint ainsi un courant de recherche dominant qui confirme les théories voulant qu'une destination ressente un impact positif sur son achalandage lorsqu'elle est présentée dans le scénario d'un film. En fait, aujourd'hui, personne ne doute des liens de la télévision avec le tourisme.

Pour leur part, Rida Alilou Mohamed et Salhi Adil (*Le patrimoine Naturel dans la Zone du Rif, région Tanger-Tétouan El Hoceima (Province de Chechaouen) : géo-tourisme et géo-patrimoine*) s'intéressent au patrimoine géomorphologique et son rôle dans la valorisation touristique. Aujourd'hui, on assiste à une forte demande pour les activités de loisir en lien avec la nature. Cette tendance se traduit par l'émergence du géo-tourisme, qui vise à promouvoir les sciences de la Terre par le tourisme. C'est dans ce cadre que s'inscrit le travail des auteurs qui consiste à inventorier les géomorphosites, à identifier les formes les plus intéressantes du paysage géomorphologique et à les évaluer selon une méthodologie éprouvée, élaborée à l'Institut de Géographie de l'Université de Lausanne (IGUL), puis à proposer quelques pistes de valorisation de ce patrimoine.

Le texte de Alla Eddine Fenchouch (*Le tourisme urbain, un dilemme pour repenser la centralité urbaine ? Cas de la ville méditerranéenne Skikda, Algérie*) traite de la question de la centralité urbaine et le développement touristique. L'auteur explique comment le tourisme urbain constitue un champ stratégique pour développer la centralité des villes contemporaines et la promotion de l'attractivité des villes à travers la mise en valeur des espaces publics dévalorisés et les opérations de revitalisation des centres-villes. Pour l'auteur, le tourisme urbain constitue un outil idéal pour aider les villes à se faire ou à se refaire une identité et à renforcer leur image.

Imane Harkat et Bouba Benrachi (*Les apports entre les transports collectifs en site propre durable et le tourisme dans la ville de Constantine*) étudient les rapports entre les transports collectifs en site propre durable et le tourisme dans la ville de constantine en Algérie. Les auteures montrent que grâce à l'évènement "Constantine, capitale 2015 de la culture arabe", plusieurs projets dans le secteur touristique et dans le transport ont été réalisés. A travers leur contribution, les auteurs cherchent à mettre en évidence l'interaction entre les nouveaux modes de transport durables, en particulier les transports collectifs en site propre (TCSP) et le tourisme constantinois. Selon les

auteurs, l'introduction de nouveaux modes de transports collectifs en site propre a favorisé l'attractivité et l'image de la ville.

Dans leur article portant sur « *La mise en tourisme des médinas maghrébines : le souk du vieux Ténès entre dégradations et perspectives de développement touristique durable* », Benedjma Iqbal et Mahimoud Aissa opèrent un retour réflexif sur la question de la centralité et de la patrimonialisation des médinas du Maghreb à travers l'exemple de la ville historique de Ténès et de son souk qui a subi une forte dégradation sous l'effet des mutations socio-économiques. Au Maghreb, la médina est le centre historique des villes anciennes. Elle recèle de nombreux actifs historiques et culturels et dispose d'un patrimoine architectural exceptionnel, combiné à un savoir vivre millénaire. Les auteurs expliquent comment l'activité touristique est intrinsèquement liée aux atouts culturels et historiques des villes. Toujours selon les auteurs, la mise en tourisme de la médina permet la restauration de ses monuments historiques, la sauvegarde de ses anciennes demeures, la préservation de son patrimoine bâti et l'amélioration de l'environnement urbain.

L'article de Hamdi Pacha Abdelkrim et Guenadez Zineddine (*Les villes historiques du monde arabe entre valorisation patrimoniale et attractivité touristique. Cas du centre historique de la ville de Tébessa, Algérie*), quant à lui, soulève la question de la patrimonialisation des villes historiques et leur mise en tourisme à travers le cas du centre historique de la ville de Tébessa. Dès leur introduction, les auteurs se demandent comment le tourisme s'intègre "durablement", dans les villes historiques, et comment il participe à leurs transformations contemporaines. Ils précisent que le développement du tourisme nourrit les dynamiques de patrimonialisation et l'évolution des quartiers historiques en matière d'architecture, de population et d'usages. Partant du cas de la ville Tébessa, les auteurs concluent que la mise en tourisme du vieux centre de la ville de Tébessa nécessite une stratégie de longue haleine qui doit englober des actions de revalorisation de ce site historique. Une fois mises en œuvre, ces actions redonneraient à ce centre sa grandeur, son rayonnement et lui insuffleraient un nouveau dynamisme qui renforcerait encore plus l'attractivité de ce territoire.

La question de l'évènementiel comme outil de marketing urbain a été abordée par Belkharchouche Asma et Benhassine Nassira à partir de l'étude de l'exemple de la ville 'Constantine capitale 2015 de la culture arabe'. A travers leur texte '*L'évènementiel, outil de marketing urbain et de dynamique urbaine Vers une promotion touristique de la ville Constantine capitale de la culture arabe 2015*', les auteures s'interrogent sur l'impact de l'évènementiel culturel sur le tourisme. D'après elles, l'évènement est devenu une priorité pour de nombreuses collectivités, qui misent sur ce marketing territorial pour se doter d'une image et attirer des visiteurs. C'est ainsi qu'à l'instar de plusieurs villes européennes, les villes algériennes sont de plus en plus tentées d'organiser des événements culturels pour améliorer leur image et leur notoriété. La manifestation "*Constantine, capitale 2015 de la culture arabe*" est une illustration parfaite de cette course à l'image.

A la différence des autres contributions, celle de Hatem Hamdi (*L'endettement de l'hôtellerie tunisienne : l'image d'un héritage structurel*) s'intéresse aux difficultés rencontrées par le secteur hôtelier et qui ont un impact très négatif sur le tourisme. L'auteur se livre ici à une véritable radioscopie de la crise d'endettement de l'hôtellerie en Tunisie dont l'origine remonte, selon l'auteur, à l'époque coloniale.

Le secteur touristique a subi plusieurs chocs au cours des dix dernières années (crises économiques, politiques, attentats, etc.). Ces crises à répétitions n'ont pas permis de stabiliser la croissance et la rentabilité des unités hôtelières. Cette situation a engendré un endettement excessif du secteur, qui s'est manifesté par la vente de plusieurs unités ou la mise en faillite pure et simple. D'autres unités hôtelières ont opté pour l'ouverture seulement durant la haute saison et de fermer pour le reste de l'année afin de limiter les dégâts.

Enfin, l'auteur déplore le manque de volonté politique pour résoudre le problème de la dette des hôteliers. Dans ce sens, il invite le gouvernement à prendre des mesures et engager sans tarder des réformes structurelles afin de mettre le secteur du tourisme «sur les rails».

Les questionnements soulevés à travers ces articles demeurent donc très contemporains et ancrés dans la conviction, partagés par l'ensemble des auteurs, que le tourisme, patrimoine et développement territorial sont étroitement liés.

Ciné-tourisme : films et séries télévisées comme outils de promotion touristique territoriale

Naïl CHAOUNI

Université Toulouse 1 Capitole

IDETCOM, EA785

Courriel : naïl@hotmail.fr

Résumé

L'influence et l'engouement touristiques suscités par la diffusion des films et séries télévisées à travers le monde questionnent les stratégies de communication des promotions touristiques territoriales des pouvoirs publics.

Mots-clés : *Ciné-tourisme, films, séries télévisées, promotion touristique, territoire, Chefchaouen, Maroc.*

Introduction

L'intérêt scientifique portant sur l'intersection entre les productions audiovisuelles et le tourisme est récent et croît surtout depuis les années 2000 dans les études francophones (Staszak, 2014 ; Grenier, 2011). Elles n'abordent que très peu les contextes de production (en amont) du ciné-tourisme. Cette contribution souligne l'intégration des choix de tournage des lieux comme partie intégrante de la stratégie de communication touristique, comme c'est le cas pour le placement des produits. Il s'agit d'interroger le caractère passionné des téléspectateurs pouvant aller jusqu'à modifier le choix de leur destination touristique. Les résultats de cette proposition sont issus d'un travail de recherche doctorale de quatre années (Chaouni, 2016).

Dans un premier temps, je ferai un résumé de littérature concernant le ciné-tourisme. Ensuite, je présenterai le cas d'un feuilleton marocain ayant entraîné un engouement touristique sur

les lieux de tournage. Enfin, il s'agira de présenter des préconisations issues de ce cas d'étude et à destination des pouvoirs publics chargés de la promotion touristique des territoires.

I. Films et séries télévisées en tant que vecteurs touristiques et culturels

Ciné-tourisme : productions audiovisuelles et expérience touristique

Le ciné-tourisme (Lapompe-Paironne, 2011) (« *movie-induced tourism* » ou « *film-induced tourism* » (Beeton, 2005), est un phénomène qui s'est principalement développé aux Etats-Unis après la seconde guerre mondiale. Le cinéma et la télévision représentent un enjeu stratégique de placement de produits marketing (Grenier, 2011). En ce sens, les productions audiovisuelles mettant en scène des lieux spécifiques peuvent représenter un levier de développement touristique en suscitant l'intérêt des voyageurs. Ce phénomène existait bien avant l'apparition du cinéma en 1895 (Grenier, 2011), dans le cadre de productions artistiques plus anciennes, telles que la photographie, la carte postale ou encore le journal de voyage.

Les productions audiovisuelles (films ou séries télévisées) véhiculent un ensemble de représentations imagées et symboliques des espaces réels dépeints et suscitent des émotions, auprès des téléspectateurs (Chalvon-Demersay, 2012). Le ciné-tourisme place sciemment directement ou indirectement « *dans le champ d'influence* » (Grenier, 2011, p. 81) d'une production audiovisuelle. Ainsi, les lieux de tournage extérieurs vont permettre aux téléspectateurs de reconnaître des destinations potentiellement touristiques et de s'y rendre physiquement.

L'engouement touristique impulsé par les fans

Les fans de la télévision ou du cinéma peuvent jouer un rôle de prescripteur et d'impulsion touristique d'une zone ou d'un espace médiatisé. La visibilité de ces espaces sur les médias impacte l'attractivité de ces zones et pousse les organisateurs de voyage à proposer des offres touristiques à destination de ces espaces

médiatisés, il s'agit du « *potentiel ciné-touristique* » (Grenier, 2011, p.82). « *Plus la production est populaire, plus elle pourra contribuer au déplacement d'un nombre important de fans* » (Grenier, 2011, p. 83). Le plaisir escompté dans l'activité touristique des fans d'une production télévisuelle représente une continuité des sentiments et des émotions vécus lors de l'expérience audiovisuelle. En d'autres termes, « *le ciné-tourisme est une expérience rétrospective : elle permet au « fan » de venir s'immerger — corps et âme — dans le lieu sacralisé par un récit et des personnages appartenant à un imaginaire particulier. La visite du lieu employé dans le film permet donc de recréer cet imaginaire, amplifiant l'exotisme et le plaisir associé au lieu* » (Grenier, 2011, p. 83).

Le tableau, ci-dessous (fig. 1), présente des exemples de destinations touristiques et de sites devenus cultes après la diffusion d'un film ou d'une série télévisée. Cette liste, non exhaustive, permet de comprendre l'ampleur du phénomène touristique lié aux productions audiovisuelles.

Titre de la production	Idee générale du scénario	Lieux associés au scénario et lieux visités
<i>Le fabuleux destin d'Amélie Poulain</i> (2001)	La découverte de l'amour par une jeune femme	Café des 2 Moulins (Paris, France)
<i>Anne of Green Gables</i> (1985)	Les aventures d'une fillette adoptée par des cultivateurs	L'Île-du-Prince-Édouard (Canada)
<i>The Beach</i> (2000)	La quête du paradis terrestre	L'Île Phi Phi, près de Phuket (Thaïlande)
<i>Braveheart</i> (1995)	La lutte d'un personnage historique pour la liberté	Statue à l'effigie de Mel Gibson en personnage, à Stirling (Écosse)
<i>Brokeback Mountain</i> (2005)	Relation amoureuse cachée entre deux cow-boys	Les montagnes du Wyoming; Lieu de tournage : Alberta, Canada
<i>Close Encounter of the Third Kind</i> (1977)	Enquête sur des phénomènes inexplicables	Devils Tower Monument (Wyoming, États-Unis)
<i>The Da Vinci Code</i> (2006)	Thriller autour d'un secret religieux	Chapelle Rosslyn, Édimbourg (Écosse), Église Saint-Sulpice (Paris) et divers autres lieux d'Europe
<i>Field of Dreams</i> (1989)	Réalisation des aspirations personnelle du héros du film	Fort Hayes, Kansas (États-Unis)
<i>Four Weddings and a Funeral</i> (1994)	Humour autour de l'amour et du mariage	Crown Hotel (Amersham, Royaume-Uni)
<i>Harry Potter</i> (2001, 2002, 2004, 2005, 2007, 2009, 2010, 2011)	L'apprentissage d'un jeune magicien	Divers lieux du Royaume-Uni dont Alnwick Castle et Lacock Abbey
<i>The Lord of the Rings</i> (2001, 2002, 2003)	Combat entre le bien et le mal pour le contrôle de la Terre	Cinquantaines de sites en Nouvelle-Zélande
<i>Seinfeld</i> (1990-1998)	Les quiproquos d'un groupe d'amis new-yorkais	Immeubles à appartements, Monk's Restaurant, Al the Soup Man (Soup Nazi), H&H Bagels, Barney's, l'immeuble NBC (Rockefeller Center), Improv Comedy Club, Champagne Video Store, et Mendy's
<i>Sideways</i> (2004)	Deux compagnons entreprennent une tournée des vignobles de Californie	Divers sites de la région de Santa Barbara (Californie, États-Unis)
<i>The Sound of Music</i> (1965)	L'histoire d'une famille affectée par la montée du nazisme	Plusieurs sites dans la région de Salzbourg (Autriche)
<i>Star Wars — Episodes I, II, IV</i> (1999, 2002, 1977)	Une saga entre les forces du bien et du mal, aux confins de l'espace	Région de Touzeur, Tunisie

Source : adapté de Roesech (2009 : 89-92).

Figure 1. Exemple de sites visités par des touristes en relation avec un film ou une série télévisée (source : Grenier, 2011)

Ce résumé de littérature sur le ciné-tourisme permet de comprendre comment les productions audiovisuelles peuvent influencer sur les destinations touristiques. Toutefois, comme il est difficile d'anticiper le succès d'un programme, il est difficile de prévoir que le choix d'un décor particulier permettra d'impulser ou de développer l'attractivité et la notoriété touristique d'un lieu.

II. Quand une série télévisée marocaine booste le tourisme d'une région rurale sous une teinte folklorisée

Diffusée à l'international sur la deuxième chaîne nationale Marocaine 2M durant les deux saisons (2012 et 2013), *Bnat Lalla Mennana* illustre le phénomène de ciné-tourisme. Avec une audience estimée à 5,8 millions de téléspectateurs en 2013, la série télévisée marocaine a été diffusée à heure de grande écoute en arabe dialectal. La spécificité de cette série télévisée repose sur son lieu de tournage situé dans une petite ville pittoresque du Nord du Maroc : la ville de Chefchaouen. Outre le lieu, la série télévisée, pourtant inspirée d'une pièce de théâtre espagnole de Garcia Lorca, reprend les us et coutumes traditionnalistes de cette région touristique en folklorisant les tenues vestimentaires et le dialogue avec un accent spécifique des habitants du Nord du Maroc.

Suite à la diffusion de la série télévisée, la ville de Chefchaouen a connu une très forte augmentation du flux touristique. La destination de Chefchaouen est particulière car ce territoire est marqué par une forte ruralité.

Vecteur de notoriété de la ville et stimulation du tourisme interne

La figure ci-dessous (fig. 2) illustre la répartition des touristes nationaux et étrangers dans la ville de Chefchaouen depuis 2007. La répartition des deux profils des touristes avait commencé à s'équilibrer en 2010 pour connaître un renversement depuis 2011 (avant la diffusion de la série télévisée *Bnat Lalla Mennana*). Le flux des touristes étrangers dans la ville de Chefchaouen accuse une baisse significative depuis 2010 (fig. 6) qui peut s'expliquer par des facteurs endogènes dus à un ralentissement du tourisme international à cause de la crise économique et aux événements géopolitiques.

L'engouement touristique de Chefchaouen après la diffusion de la série télévisée a entraîné une augmentation de la part des touristes marocains par rapport au nombre total des touristes. Ainsi, la stimulation du tourisme interne a permis de compenser la baisse de l'activité touristique internationale dans la région. En effet, alors que la part des touristes étrangers sur le nombre total des touristes prédominait jusque-là, le tourisme interne s'est renforcé.

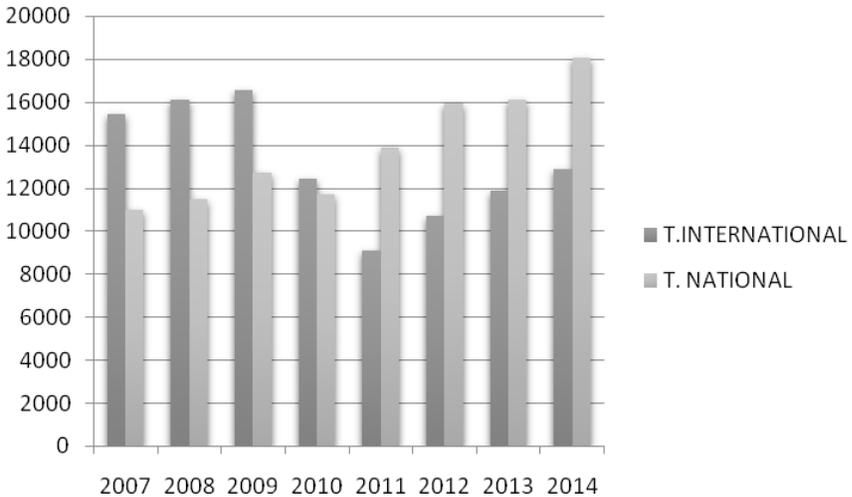


Figure 2. Evolution de la répartition des touristes étrangers et nationaux dans la ville de Chefchaouen de 2007 à 2014¹

D'autre part, le nombre de touristes dans la ville de Chefchaouen a connu une augmentation exponentielle depuis 2011 (fig. 2), année qui coïncide avec la diffusion de la série télévisée *Houssein et Safia*, qui a aussi été tournée dans la ville de Chefchaouen. Je peux donc fortement supposer que c'est la série télévisée *Houssein et Safia* qui a été source de notoriété de la ville de Chefchaouen auprès des téléspectateurs marocains devenus ciné-touristes. Le feuilleton *Bnat Lalla Mennana* a, quant à lui, renforcé cette notoriété auprès des Marocains.

¹ Données reçues par l'observatoire du Tourisme

Augmentation touristique de la ville de Chefchaouen et drainage du tourisme de la région Nord du Maroc

Cette partie permet d'infirmer ou de confirmer l'hypothèse traitant de l'augmentation du flux touristique dans cette région suite à la diffusion de ce feuilleton. Afin de comprendre l'impact direct de la diffusion de la série sur le tourisme de la ville de Chefchaouen, je considérerai la période de diffusion des épisodes (fig. 3).

	Saison 1 : 2012	Saison 2 : 2013
Dates de diffusion	Du 20 juillet au 19 août 2012	Du 9 juillet au 8 août 2013

Figure 3. Période de diffusion de la série Bnat Lalla Mennana.

L'objectif est d'analyser l'évolution du nombre d'arrivées ainsi que les nuitées² des touristes à Chefchaouen pour les trois années 2011, 2012 et 2013³. Certaines configurations d'hébergement ne sont pas prises en compte tels que l'hébergement chez l'habitant ou plus largement, l'hébergement informel. Toutefois, ces données ont le mérite de fournir des tendances quant au flux touristique pour ce type d'hébergement.

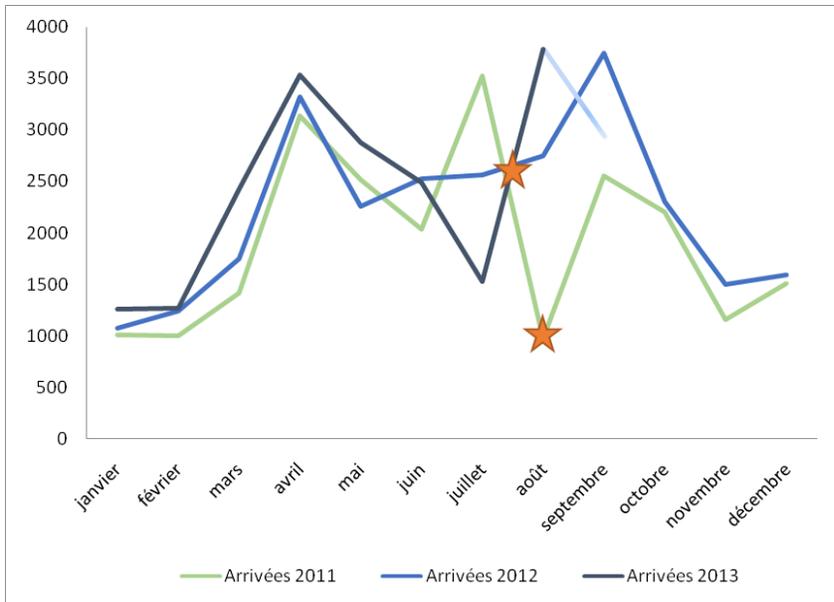
De nombreux fans de la série télévisée ont choisi la ville de Chefchaouen comme destination touristique pour la période estivale. Les conclusions d'une enquête qualitative de terrain auprès des habitants de Chefchaouen que j'ai menée (Chaoui, 2015) relèvent une très forte augmentation des touristes marocains habitant au Maroc et à l'étranger (Marocains issus de la diaspora) en particulier suite à la deuxième saison en juillet 2013.

Les deux derniers épisodes des deux saisons de la série télévisée ont eu lieu le 19 août en 2012 et le 8 août en 2013 (représentés dans la figure 4) qui coïncident avec le dernier jour du mois de ramadan pour les années 2012 et 2013. La représentation graphique de

² Le nombre de nuitées représente le nombre de nuits passées dans ces structures, permettant des précisions sur la durée moyenne du séjour des touristes. Ces chiffres ne donnent malheureusement pas une idée précise de l'activité touristique à Chefchaouen puisque

³N'existant pas de statistiques officielles publiées sur le tourisme de la ville, j'ai contacté l'observatoire du tourisme au Maroc me permettant d'obtenir des données quantitatives fiables.

l'évolution mensuelle du flux touristique dans les hébergements classés de la ville de Chefchaouen (fig5) pour les années 2011, 2012 et 2013, permet de relever plusieurs informations clés. Les trois courbes présentent des fluctuations élevées tout au long de l'année. Etant donné la forte saisonnalité de l'activité touristique à Chefchaouen ainsi que les facteurs exogènes pouvant les expliquer (tel que le mois de ramadan), nous considérerons les tendances générales des trois courbes ainsi que la comparaison des valeurs des pics d'activité. En considération des trois pics touristiques pour chaque année, nous pouvons remarquer une augmentation constante des valeurs annuelles les plus élevées de 2011 à 2013. Il en est de même pour la valeur mensuelle la moins élevée de l'année. Pour l'année 2013 (il s'agit du mois de juillet), cette valeur est plus élevée que celle de l'année 2012 (août).



★ : derniers épisodes de la série.

Figure 4. Evolution du nombre d'arrivées des touristes sur les établissements classés à Chefchaouen de 2011 à 2013.

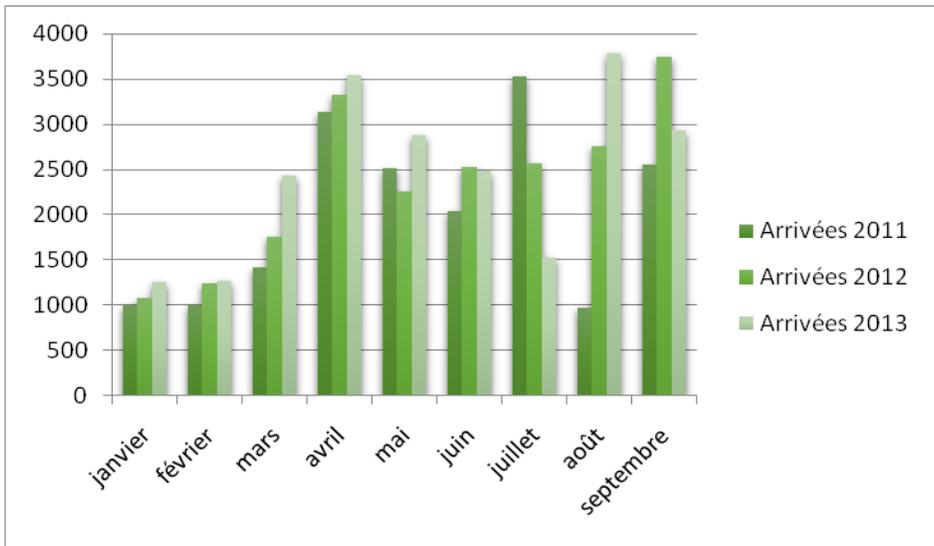


Figure 5. Evolution du nombre d'arrivées mensuelles des touristes à Chefchaouen de 2011 à 2013 pour les mois de janvier à septembre.

Si l'on veut procéder à une comparaison globale du flux touristique mensuelle des trois années (fig. 5), la tendance générale des barres du graphique montre une augmentation exponentielle du nombre de touristes entre 2011 et 2013, mis à part les périodes de ramadan. Ainsi, entre 2011 et 2013, le nombre total de nuitées sur les hébergements marchands à Chefchaouen est passé de 15 609 à 19 194, accusant une augmentation de 22,97% pour la période de janvier à août (fig. 6).

	2011	2012	2013
Nombre total de nuitée de janvier à août	15609	17503	19194

Figure 6 : Evolution annuelle du nombre de nuitées pour les années 2011, 2012 et 2013 (de juillet à août)

Chefchaouen se situe dans l'arrière-pays des zones d'attraction touristique du littoral méditerranéen. Situées au bord de la mer Méditerranée, Tanger et Tétouan sont les deux plus grandes villes de la région Nord du Maroc. Caractérisées par un tourisme balnéaire, Tétouan et Tanger représentent les deux villes les plus importantes démographiquement et économiquement de la région

Nord du Maroc. Culturellement, il est possible d'y retrouver certains codes symboliques diffusés à travers la série télévisée *Bnat Lalla Mennana* (accent des habitants, objets issus de l'artisanat spécifique de cette région...). Etudier l'évolution touristique de ces deux villes permet d'apporter à l'analyse quantitative une vision régionale (fig. 7) de l'influence touristique qu'aurait pu avoir la diffusion de la série sur cette zone géographique plus large.



Figure 7. Situation géographique des villes de Tanger et Tétouan.

Pour conclure sur cette partie concernant l'analyse quantitative du flux touristique de la ville de Chefchaouen, les tendances générales des années 2011, 2012 et 2013 traduisent une augmentation du flux touristique de la ville de Chefchaouen dès la diffusion de la première saison du feuilleton *Bnat lalla Mennana* (du 20 juillet au 19 août 2012). Ces données confirment l'augmentation significative de l'activité touristique de la ville de Chefchaouen à partir de l'année 2011. Les conclusions de ma thèse de doctorat, quant à l'analyse du flux touristique de la ville de Chefchaouen, se confirment pour l'ensemble de la région Nord du Maroc (Chaouni, 2016). La ville de Chefchaouen a joué le rôle de drainage du tourisme de cette région qui est marqué par un accroissement du tourisme interne.

Lieux de tournage devenus incontournables

Les centres d'intérêt touristique dans la ville rurale ont changé. Selon le responsable du point d'information touristique de Chefchaouen, environ 30 % des touristes marocains souhaitent se renseigner sur la localisation de la maison de *Bnat Lalla Mennana*, endroit principal du tournage de la série. Cet élément est confirmé, entre autre, par Mustapha, gérant d'un petit hôtel à Chefchaouen : « *Nous avons accueilli ces derniers jours beaucoup de touristes marocains venant de Rabat, Casablanca et Tanger qui nous ont demandé où se trouvait la maison de Lalla Mnana. Ils voulaient prendre des photos de l'extérieur de la maison* » (Jazouani, 2012). La maison dans laquelle ont été tournées de nombreuses scènes familiales de la série télévisée est devenue un symbole de la série télévisée qui a été relayé par les fans. Les fans qui se sont rendus à Chefchaouen se photographiaient devant la porte de la maison de Lalla Mennana (fig. 8). Pour les plus chanceux d'entre eux, ils avaient l'occasion d'y pénétrer et de se photographier dans le salon (fig. 9). Ces lieux sont devenus des sites de visite incontournables (Grenier, 2011) à Chefchaouen pour les touristes marocains.



Figure 8. Les principaux personnages devant la porte de la maison familiale.



Figure 9 : Illustrations de la porte de la maison de LallaMennana.



Figure 10 : Les actrices de la série télévisée dans le salon de la maison familiale.

L'appareil photo des ciné-touristes devient un objet permettant de fixer des émotions en rapport avec les espaces et les sentiments vécus lors du visionnage des productions audiovisuelles. Cet objet incarne la volonté des téléspectateurs de poursuivre l'expérience fictionnelle à travers les objets du réel. Les ciné-touristes vont prendre en photos des décors ou des paysages cultes afin de les

comparer aux éléments fictionnels (Vincent, 2011) et de les partager avec d'autres fans (Jenkins, 1992). Facilement reconnaissable grâce à la tapisserie de ses murs (fig. 8), les photos du salon de la maison de *Bnat Lalla Mennana* ainsi que celles de la porte d'entrée pouvaient être partagées sur les réseaux socio numériques et affichées comme une source de satisfaction par les fans. Selon mes observations non participantes sur certains groupes de fans en ligne, la publication et le partage de ces photos sur les réseaux socionumériques sont devenus des formes d'expression communautaire des fans. Ces actes d'engagement représentent des vecteurs d'image de la série télévisée, des lieux et des espaces réels du tournage.

III. Préconisations à destination des pouvoirs publics afin d'intégrer les films et séries télévisées comme vecteur d'image et outils de promotion territoriale

L'appui et l'accompagnement des pouvoirs publics représentent un élément déterminant quant à l'essor touristique d'une zone territoriale. L'ensemble des travaux relevant de l'attractivité touristique de la zone nord du Maroc (Dagnino, 2007, Berriane *et al*, 2012, ATED, 2011 ; Le Tellier, 2005, Observatoire du tourisme, 2014), exposent cette localité comme présentant des « *patrimoines riches, mais fragiles* », (Dagnino, 2007). Ces patrimoines sont riches étant donné les spécificités géographiques, architecturales, gastronomiques, culturelles, dialectales... La fragilité de cette zone s'explique par son enclavement historique, l'action des pouvoirs publics qui tardent à se concrétiser et des indicateurs socio-économiques alarmants : le taux d'analphabétisme est important, la zone est très enclavée avec un manque important de dessertes routières et d'infrastructures (Tellier, 2005) ... Ces constats sont donc pris en compte dans les axes stratégiques gouvernementaux à travers notamment la « vision 2020 » du tourisme et les levées de fonds d'investissement à destination de la région Nord du Maroc. En 2003, la région de Chefchaouen représente pourtant l'une des vingt-quatre PAT (pays d'accueil touristique) (Hillali, 2007 ; Berriane, Abderghal, 2012), et est affiliée au programme politique national prônant, pour la première fois au Maroc, le développement du tourisme rural.

Même si l'influence des productions audiovisuelles dans la construction de l'image et des représentations des territoires peut devenir source de réelles attractions touristiques, elle n'est toutefois pas toujours relayée par les instances officielles. Après une analyse des supports de communication officiels notamment auprès du conseil régional du tourisme⁴ de Tanger-Tétouan, il s'avère que le feuilleton n'a, à aucun moment fait l'objet d'un axe stratégique spécifique du tourisme de la part des pouvoirs publics. A priori et selon mon travail de recherche doctorale (Chaouni, 2016), le choix de la ville de Chefchaouen comme lieu de tournage de la série télévisée *Bnat Lalla Mennana* ne constitue pas un élément relevant ni de la stratégie touristique ni des logiques commerciales de la production audiovisuelle.

Alors que la promotion des objets fictionnels (films, séries télévisées...) présentant à l'écran des territoires et des espaces spécifiques (comme c'est le cas en France pour le film *Bienvenue chez les Ch'tis*, *Plus belle la vie...*) est parfois relayée par les instances touristiques en proposant des produits touristiques autour de la fiction (visites des lieux cultes...) cela n'a pas été le cas pour la ville de Chefchaouen. Les instances publiques et les autorités touristiques n'ont pas proposé officiellement des produits à destination des ciné-touristes autour de la série télévisée *Bnat Lalla Mennana* alors que le besoin touristique a été impulsé par les fans eux-mêmes, devenus ciné-touristes. Les visites sur les lieux de tournage, et notamment dans la maison familiale, point de force du tournage du feuilleton, se sont faites d'une manière informelle. De plus, les épisodes de la série télévisée présents sur Internet ne sont pas sous titrés en d'autres langues pour toucher les touristes européens.

Ainsi, les lieux de tournage peuvent être utilisés comme intégrant des axes stratégiques de communication, et suppléent ou complètent le flux croissant des publicités classiques. Les productions audiovisuelles détiennent la capacité de toucher des cibles internationales grâce aux modalités larges de diffusion du cinéma et des chaînes de télévision. De ce fait, le ciné-tourisme

⁴ L'équivalent des offices du tourisme en France

peut constituer une réelle stratégie marketing en faveur des destinations présentées à l'écran.

Enfin, les pouvoirs publics devraient anticiper « *l'engorgement des destinations* » (Grenier, 2011, p. 87) qui se traduit par un soudain accroissement du flux touristique d'une région et peut représenter un effet négatif du ciné-tourisme (Beeton, 2010 ; Grenier, 2011). Ainsi, l'augmentation soudaine du nombre de visiteurs sur les lieux de tournage, suite à la diffusion des productions audiovisuelles présentant des espaces particuliers, peut entraîner des problèmes de gestion pour les communautés hôtes.

Conclusion

Les exemples de ciné-tourisme cités lors de cette contribution révèlent un potentiel d'adaptation touristique des acteurs locaux face au succès des productions audiovisuelles. Avec l'accroissement de la visibilité médiatique des zones utilisées comme décor, les lieux de tournage deviennent des attractions touristiques (Lapompe-Paironne, 2011). Considérées comme des instruments de communication touristique, les productions audiovisuelles peuvent représenter des arguments marketing d'attractivité touristique. Ce travail rend compte du rôle central que doivent endosser les pouvoirs publics pour promouvoir le tourisme et l'attractivité territoriale à travers les productions audiovisuelles. L'enjeu est d'autant plus déterminant pour des zones rurales enclavées dont la seule activité économique repose sur le tourisme. En effet, l'effet du tourisme sur les villes de tournage peut facilement s'essouffler s'il n'est pas revitalisé par des actions gouvernementales.

L'engouement touristique quant à cette étude de cas s'est caractérisé par trois points principaux. Le premier repose sur l'augmentation de la part des touristes marocains sur le nombre total des touristes, dynamisant ainsi le tourisme interne de la région et compensant l'essoufflement du tourisme international dû à la situation géopolitique mondiale (crise économique et instabilité dans les pays arabes). Le second souligne le rôle de drainage de l'attractivité touristique de la ville de Chefchaouen sur le tourisme de la région Nord du Maroc. Enfin le feuilleton, en tant que vecteur médiatique culturel transnational, a entraîné une meilleure notoriété

des particularismes régionaux auprès des touristes. Le feuilleton a endossé le rôle de carte postale diffusée à l'international et relayé par la diaspora.

Outre l'augmentation du flux touristique, la diffusion de la série télévisée a suscité un engouement autour des nouveaux espaces d'attraction touristique : les lieux de tournage (Lapompe-Paironne, 2011). Toutefois, cette augmentation soudaine de la quantité de touristes à Chefchaouen, a entraîné des externalités négatives importantes quant à l'accueil et à l'hébergement touristique surtout après la diffusion de la deuxième saison.

D'autre part, les interactions culturelles entre touristes et autochtones sont complexes et parfois instrumentalisées afin de correspondre à l'imaginaire touristique. Effectivement, les manifestations culturelles (exposition, festivals...) ainsi que certains rites (culturels, religieux...) peuvent être teintés de folklorisation et relayé dans les médias sous une forme stéréotypée. Les rites se traduisent par des objets touristiques pouvant être exploités uniquement à des fins économiques. Un équilibre est nécessaire entre préservations des procédés locaux et régionaux et entre les flux mondiaux.

Bibliographie

ATED (2011). *Stratégie de développement du secteur touristique dans la province de Chefchaouen*. Association Talassemrane pour l'Environnement et le Développement, Chefchaouen, Maroc.

Beeton, S., (2005). *Film-Induced Tourism*. Clevedon, Royaume-Uni: Channel View Publications.

Berriane M., Abderghal. M., Amzil L., Badidi B., Ferrero G., Nakhli S., (2012). *Tourisme rural, Gouvernance Territoriale et Développement Local en zones de montagnes*. CEGEO, Université Mohamed V, Agdal, Rabat, Maroc

Chalvon-Demersay, S. (2012). La saison des châteaux. *Réseaux* n° 172, p. 175-213.

Chaouni, N., (2015). Attitude non-fan des habitants d'une ville vis-à-vis d'une série télévisée empruntant leur ville comme décor. Cas d'une ville touristique au Maroc. *Revue des Interactions Humaines Médiatisées* (RIHM, vol. 16), 93-111.

Chaouni, N., (2016). *Série télévisée, réseaux socio numériques et diaspora. Etude de l'effet de réception d'une série télévisée sur l'attractivité touristique d'une région. Cas d'un feuilleton marocain.* Thèse de Doctorat, Université Paul Valéry, Montpellier 3.

Dagnino, A., (2007). Le Parc naturel régional expérimental de Bouhachem, Région du Rif, Maroc. *forêt méditerranée* N°1 t. XXVIII.

Grenier, A., (2011). Ciné-tourisme : du concept au fan, au coeur de l'expérience. *Téoros*, 30 - 1, 79-89.

Hillali, M., (2007). Du tourisme et de la géopolitique au Maghreb : le cas du Maroc. *Hérodote* 4 (n° 127), p. 47-63.

Jazouani H., Maroc : Chefchaouen, la destination préférée des fans de la série « Bnat Lalla Mnana », yabiladi.com, publié le 22.08.2012, (Consulté le 03/02/2014) Url : <http://www.yabiladi.com/articles/details/12496/maroc-chefchaouen-destination-preferee-fans.html>

Lapompe-Paironne, L., (2011). Cinéma et désert. *Téoros*, 30, 90-98.

Le Tellier, J., (2005). Les grands taxis : approche du système de transport et de la mobilité au Maroc. *Annales de géographie* (n° 642) , 163-186.

Observatoire du tourisme, Maorc (2014). *Etude portant sur le suivi de la demande touristique.* Consulté le 11 17, 2015, sur <http://www.observatoiredutourisme.ma/wp-content/uploads/2015/10/Etude-sur-la-demande-touristique-2014.pdf>

Staszak, J.-F., (2006). « Voyage et circulation des images : du Tahiti de Loti et Gauguin à celui des voyageurs. *Sociétés & Représentations* (n° 21), 79-99.

Le patrimoine Naturel dans la Zone du Rif, région Tanger-Tétouan El Hoceima (Province de Chechaouen) : géo-tourisme et géo-patrimoine

MOHAMED RIDA ALILOU

Université AbdelMalek Assaadi, Tétouan

Courriel : rida.alilou.88@gmail.com

ADIL SALHI

Université AbdelMalek Assaadi, Tétouan

Courriel : salhi01@gmail.com

Résumé

Ce travail consiste en un inventaire des géomorphosites, appliqué aux régions du nord Marocain (Tanger-Tétouan, El Hoceima), qui se caractérisent par un cadre géomorphologique varié et un environnement naturel exceptionnel. La volonté d'entreprendre une telle recherche découle d'un double constat : on relève d'une part de profondes lacunes dans les connaissances du grand public dans le domaine des sciences de la Terre ; la géomorphologie jouit également d'une mauvaise prise en compte dans les politiques d'aménagement du territoire et de protection de la nature, alors que la composante géomorphologique du territoire subit une pression accrue par les activités anthropiques. D'autre part, le patrimoine géomorphologique, souvent spectaculaire, dispose d'un excellent potentiel de valorisation touristique ; on ressent ainsi une évolution dans les attentes de certaines catégories de touristes, avec une demande croissante pour les activités de loisir en lien avec la nature. Cette tendance se traduit par l'émergence du géo-tourisme, qui vise à promouvoir les sciences de la Terre par le tourisme. Pour favoriser la sensibilisation au patrimoine géomorphologique de nos territoires et améliorer sa prise en compte dans les diverses politiques publiques, il est nécessaire de procéder, dans un premier temps, à un état des lieux de celui-ci. Nous avons pour cela mis à profit la notion

relativement récente de géomorphosite, qui permet d'identifier les formes les plus intéressantes du paysage géomorphologique.

Notre démarche consiste d'abord à inventorier les géomorphosites parmi les nombreuses formes géomorphologiques du territoire, à les évaluer selon une méthodologie éprouvée, élaborée à l'Institut de Géographie de l'Université de Lausanne (IGUL), puis on proposera quelques pistes de valorisation de ce patrimoine.

En appliquant cette démarche à une région de montagne riche d'un patrimoine géomorphologique varié, nous cherchons en fait à découvrir dans quelle mesure, et surtout de quelle façon, l'outil de l'inventaire de géomorphosite peut contribuer à la mise en valeur du patrimoine géomorphologique.

Mots clés : *Géomorphosites, Inventaire, Géo-tourisme, Nord du Maroc, Valorisation*

Introduction

Le présent travail a pour objectif primordial l'élaboration d'un inventaire des Géomorphosites du Parc National de Talassemtane «PNTLS». L'étude d'une répartition spatiale des sites géotouristiques du parc constitue une valeur ajoutée à la province de Chefchaouen dans le but de promouvoir son territoire.

Il est important de noter que notre travail est original et qu'il n'a été jamais réalisé auparavant dans cette région. Cette constatation est faite après une étude bibliographique approfondie. En effet, ce travail de l'identification, l'inventaire et la cartographie des géomorphosites du Parc National Talassemtane a été réalisé pour la première fois dans une telle région connue par son attraction touristique. En plus, notre vision de valorisation des circuits touristiques du parc est basée principalement sur l'intégration géotouristiques des géomorphosites dans les circuits riches et diversifiés.

I. Présentation de la zone d'étude

Le Parc National Talassemtane appartient à un puissant massif montagneux, aux formes très découpées, aux reliefs accidentés

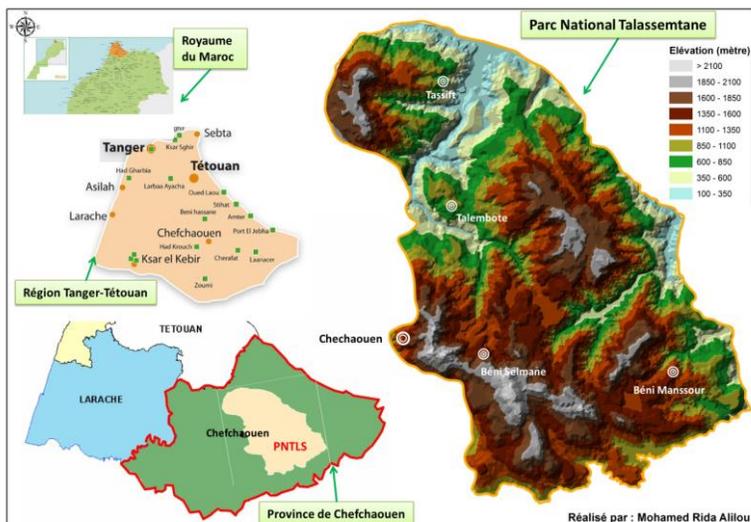
avec de grandes falaises abruptes, à fort contrastes de couleurs et de formes, qui surplombe le vaste espace de la Méditerranée.

Le territoire du Parc National de Talassemtane (carte 1) s'étend sur une superficie estimée à 58.000 ha, elle fait partie de la Région de Tanger - Tétouan. Il est pour la plus grande partie inclus dans la Province de Chefchaouen et accessoirement dans celle de Tétouan.

Le PNTLS s'étend essentiellement en Province de Chefchaouen, dans une zone délimitée de la façon suivante :

- Au Nord, la Méditerranée, (35° 13' 30.92" N)
- A l'Ouest l'oued Laou, (5° 8' 26.13" W)
- Au Sud, la route principale qui relie Tétouan à Al Hoceima (35° 30' 25.13" S)
- A l'Est, par une ligne passant par la limite Est du Jbel Kharbouch, l'oued El Kanaar et la limite sud du Jbel Tarentherth (5° 15' 30.08 " E)

Le PNTLS couvre l'extrémité orientale de la grande dorsale calcaire qui façonne la plus grande partie du Rif, de Ceuta à Assifane. Cette formation très imposante par son importance et ses particularités, occupe près de 750 km² et constitue l'ossature même de la chaîne rifaine.



Carte 1. La situation géographique de la zone d'étude.

II. Interprétation des résultats de l'inventaire et discussion

Nous exposons ici les principaux résultats de notre classement qui consistait en l'attribution des scores aux divers géomorphosites inventoriés et une analyse statistique des scores attribués. Les fiches d'évaluation complètes de chaque objet sont annexées à ce travail ; nous y renvoyons pour plus de détails. Les résultats sont présentés de façon visuelle, à l'aide de tableaux et graphiques qui permettront une meilleure lisibilité ; quelques cartes synthétiques faciliteront aussi la représentation spatiale des résultats et de là leur comparaison.

Nous analysons tout d'abord les résultats de manière générale, avant de détailler les résultats de chaque objet, classés selon les six catégories de géomorphosite (processus dominant) pour identifier d'éventuelles variations. Ensuite nous considérons les scores obtenus pour chacun des critères d'évaluation de la valeur scientifique.

1. La valeur scientifique

La valeur scientifique moyenne de l'ensemble des géomorphosites est de **(0.69)**. Plusieurs géomorphosites se démarquent dans la figure 1 avec des scores élevés : la grotte d'Ifahssa (GMSkrst-A1) obtient le score maximal de (0.94), et les blocs des roches calcaires (GMSkrst-A21) ont la même valeur. Le pont du Dieu (GMSflukrst-F1), la grotte Taghobayt (GMSkrst-A14), la Falaise d'Amezar (GMSstrc-D1), les Gorges de Oued Laou (GMSflu-B2), les Avens de Kayat (GMSkrst-A4) et les Chaos ruiniforme de Tissouka (GMSkrst-A3) affichent également des scores supérieurs à 0,8 ; on révèle que sauf deux sites accumuleront une valeur scientifique plutôt faible avec des scores inférieurs 0,5, ces géomorphosites correspondent aux sources et exurgence Azilane (GMSkrst-A5) et Lapiés Jbala (GMSkrst-A19).

Entre ces deux extrêmes, de nombreux sites ont une valeur scientifique proche de la moyenne : huit objets obtiennent des valeurs comprises entre 0,56 et 0,63. (Carte 2) On remarque alors et de manière générale une grande homogénéité dans les scores.

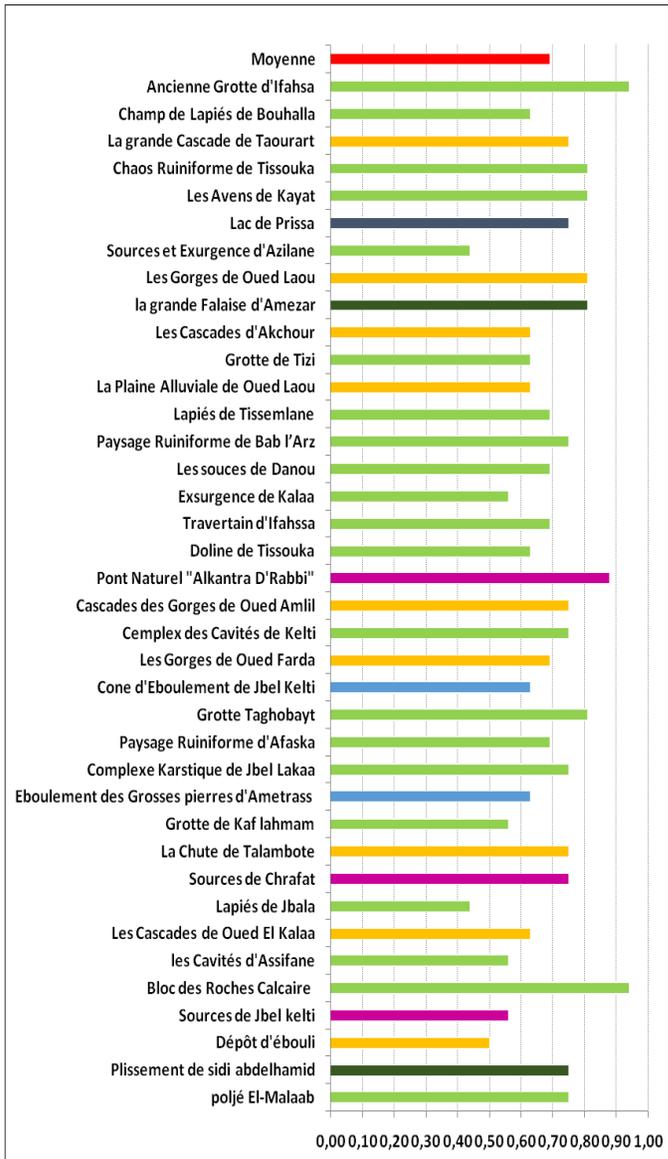
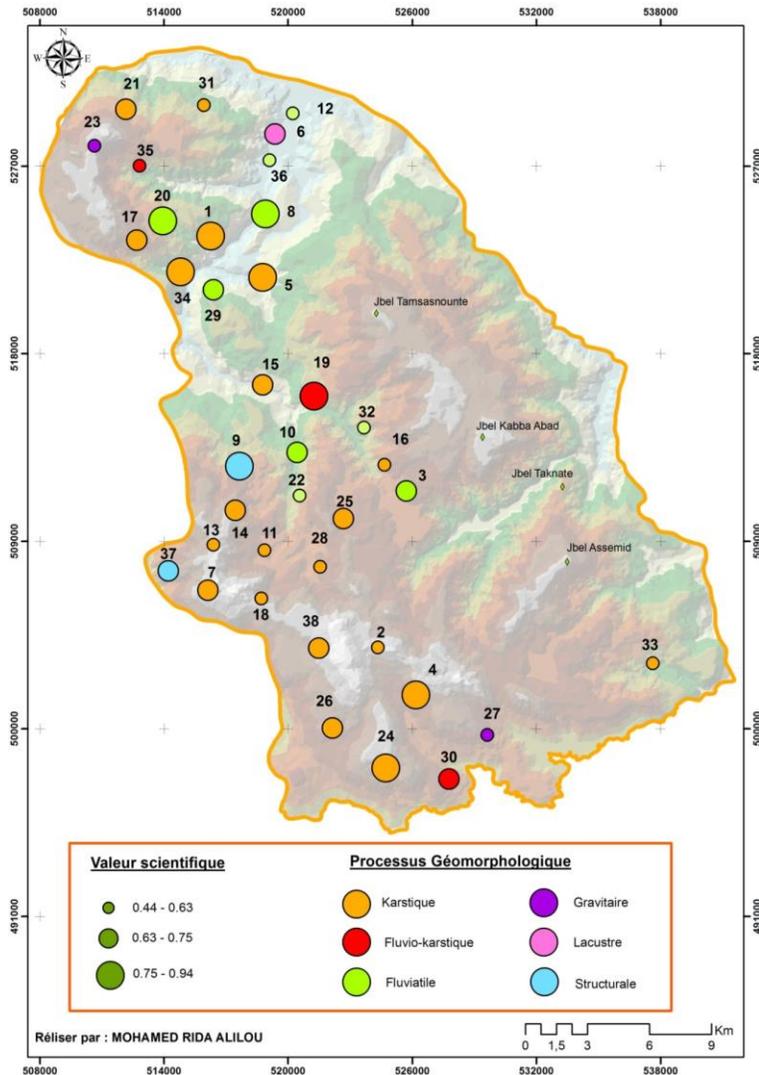


Figure 1. Valeur scientifique des géomorphosites, classés par numéro d'ordre. La moyenne est de 0.69 (l'axe rouge). La couleur des barres correspond au processus géomorphologique.



Carte 2. Valeur scientifique des géomorphosites en cercle proportionnels. La couleur représente le processus morphogénétique dominant.

1.1. Valeur scientifique selon le processus morphogénétique dominant

Nous présentons ici dans six tableaux successifs (tableaux 1 à 5) les scores des géomorphosites ; ceux-ci sont regroupés selon leur processus morphogénétique dominant. Au cours de l'analyse qui suit, il faudra garder à l'esprit que les six catégories de

géomorphosites ne sont pas du tout équivalentes, puisque certaines (structurale, gravitaire et lacustre) ne comprennent qu'un ou deux éléments alors que les géomorphosites karstiques représentent plus de la moitié des objets (21) ; de plus, il n'existe pas forcément d'unité à l'intérieur de cette dernière catégorie et les scores peuvent présenter une grande différence. Nous sommes conscients qu'une analyse des géomorphosites, selon leur processus morphogénétique comporte certaines limites et que les géomorphosites conservent des caractéristiques propres, mais elle reste tout de même riche d'enseignements.

- Géomorphosites karstiques

Les géomorphosites karstiques affichent dans leur ensemble la valeur scientifique d'une moyenne de (0.69) (tableau 1) on relève également que les deux meilleures valeurs scientifiques appartiennent à des géomorphosites karstiques (0.94). La distribution des scores, cependant, varie entre 0,44 et 0.94 pour l'ensemble des objets. L'intégrité (0.96), la rareté (0,80) (tableau 1) et la représentativité (0,85) sont les trois critères les mieux notés, devant la valeur paléogéographique qui reste tout de même faible, seulement (0.15). Le faible score de la valeur paléogéographique, peut être expliqué par la difficulté de simuler l'histoire de l'évolution de ces formes au niveau spatiotemporel ; à cause du manque de références bibliographiques témoignant de cette évolution, il nous a été difficile d'attribuer objectivement les scores de la valeur paléogéographique.

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSkrst-A1	1	1	1	0,75	0.94
GMSkrst-A2	1	1	0,5	0	0.63
GMSkrst-A3	1	1	1	0,25	0.81
GMSkrst-A4	1	1	0,5	0,75	0.81
GMSkrst-A5	1	0,25	0,5	0	0.44
GMSkrst-A6	0,5	1	0,75	0,25	0.63
GMSkrst-A7	1	0,75	1	0	0.69
GMSkrst-A8	1	1	1	0	0.75
GMSkrst-A9	1	1	0,75	0	0.69

GMSkrst-A10	1	0,5	0,75	0	0.56
GMSkrst-A11	1	1	0,75	0	0.69
GMSkrst-A12	1	0,75	0,75	0	0.63
GMSkrst-A13	1	1	0,75	0,25	0,75
GMSkrst-A14	1	1	1	0,25	0,81
GMSkrst-A15	1	1	0,75	0	0,69
GMSkrst-A16	1	1	1	0	0,75
GMSkrst-A17	1	0,5	0,75	0	0,56
GMSkrst-A19	0,75	0,5	0,5	0	0,44
GMSkrst-A20	1	0,5	0,75	0	0,56
GMSkrst-A21	1	1	1	0,75	0,94
GMSkrst-A18	1	1	1	0	0,75
Moyenne	0.96	0.85	0.80	0.15	0.69
Moyenne générale	0.96	0.86	0.82	0.14	0.69

Tableau 1. Détails des critères de la valeur scientifique des géomorphosites karstique. La moyenne générale de tous les géomorphosites recensés est affichée à la dernière ligne pour comparaison.

- Géomorphosites fluviaux

Les neuf géomorphosites fluviaux constituent également un échantillon diversifié de formes géomorphologiques. Dans les bassins de "Oued Laou", "Oued Farda" et "Oued el Kalaa", nous avons trouvé une diversité de géomorphosites comme : Cascades, gorges, plaine alluviale... .

La valeur scientifique des géomorphosites fluviaux (0,68) (tableau 2), est supérieure à la moyenne générale et les scores des neuf géomorphosites sont assez homogènes, entre 0,50 et 0,81. Les critères d'intégrité (0,94) et de rareté (0,83) affichent pourtant des scores très élevés. En raison de la diversité des formes fluviales retenues, leur représentativité est assez élevée (0,86) (tableau 2), alors que la valeur paléogéographique (0,08) est plutôt très faible.

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSflu-B1	1	1	1	0	0,75
GMSflu-B2	1	1	0,75	0,5	0,81
GMSflu-B3	1	0,75	0,75	0	0,63
GMSflu-B4	0,75	1	0,75	0	0,63
GMSflu-B5	1	1	1	0	0,75
GMSflu-B6	1	0,75	0,75	0,25	0,69
GMSflu-B9	1	1	1	0	0,75
GMSflu-B7	0,75	1	0,75	0	0,63
GMSflu-B8	1	0,25	0,75	0	0,50
Moyenne	0,94	0,86	0,83	0,08	0,68
Moyenne générale	0,96	0,86	0,82	0,14	0,69

Tableau 2. Détails des critères de la valeur scientifique des géomorphosites fluviaux. La moyenne générale de tous les géomorphosites recensés est affichée en bas pour comparaison.

- Géomorphosites fluvio-karstique

Les trois géomorphosites fluvio-karstiques constituent des formes géomorphologiques intégrant à la fois le processus karstique et fluvial. La valeur scientifique des géomorphosites fluvio-karstiques reste parmi les valeurs les plus élevées (0,73) par rapport aux autres processus. Les critères d'intégrité (1) et de rareté (0,92) (tableau 3) affichent pourtant des scores très élevés. La représentativité est aussi assez élevée (0,83) alors que la valeur paléogéographique (0,17) est faible et très proche de la moyenne générale (tableau 3).

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSflukrst-F1	1	1	1	0,5	0,88
GMSflukrst-F2	1	1	1	0	0,75
GMSflukrst-F3	1	0,5	0,75	0	0,56
Moyenne	1	0,83	0,92	0,17	0,73
Moyenne générale	0,96	0,86	0,82	0,14	0,69

Tableau 3. Détails des critères de la valeur scientifique des géomorphosites fluvio-karstique. La moyenne générale de tous les géomorphosites est affichée en bas pour comparaison.

- Géomorphosites structuraux

Comparés aux autres géomorphosites, les géomorphosites structuraux se démarquent par une représentativité maximale de (1), en raison de la nature particulière des deux formes structurales retenues. Pour la même raison, leur rareté (0,75) est supérieure à la moyenne générale. Les géomorphosites structuraux affichent un score d'intégrité (1) (**tableau 4**) le plus élevé de l'inventaire. Toutefois leur valeur paléogéographique n'est pas de même importance (0,38).

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSstrc-D1	1	1	0,75	0,5	0,81
GMSstrc-D2	1	1	0,75	0,25	0,75
Moyenne	1	1	0,75	0,38	0,78
Moyenne générale	0.96	0.86	0.82	0.14	0.69

Tableau 4. Détails des critères de la valeur scientifique des géomorphosites structurales. La moyennegénérale de tous les géomorphosites est affichée en bas pour comparaison.

- Géomorphosites gravitaires

Nous avons retenu deux géomorphosites gravitaires : cône d'éboulement de Jbel Kelti (GMSgrv-E1) et l'éboulement d'Ametrass (GMSgrv-E2). Ces géomorphosites gravitaires obtiennent une moyenne très proche de la moyenne générale, qui est de (0,63) (tableau 5).

Ils se distinguent malgré tout par une intégrité élevée. Leur représentativité (0.88) et leur rareté (0.75) sont également élevées. La valeur paléogéographique des deux géomorphosites est nulle, elle ne permet en aucune façon la reconstitution de l'histoire et l'évolution de la terre et du climat.

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSgrv-E1	0,75	1	0,75	0	0,63
GMSgrv-E2	1	0,75	0,75	0	0,63
Moyenne	0,88	0,88	0,75	0	0,63
Moyenne générale	0.96	0.86	0.82	0.14	0.69

Tableau 5. Détails des critères de la valeur scientifique des géomorphosites gravitaires. La moyenne générale de tous les géomorphosites est affichée en bas pour comparaison.

- Géomorphosite lacustre

Le seul géomorphosite lacustre : Lac Prissa (GMSlac-C) représente une valeur scientifique moyenne de (0.75) (tableau 6). Il se démarque par une intégrité de (1), même chose pour la représentativité et la rareté (1). La valeur paléogéographique du géomorphosite est nulle. N'étant pas un lac naturel hérité, il ne peut offrir d'informations intéressantes permettant la reconstitution de l'histoire de la terre et du climat.

Code	Intégrité	Représentativité	Rareté	Valeur paléogéographique	Valeur scientifique
GMSlac-C	1	1	1	0	0,75
Moyenne générale	0.96	0.86	0.82	0.14	0.69

Tableau6. Détails des critères de la valeur scientifique de l'unique géomorphosite lacustre. Lamoyenne générale de tous les géomorphosites est affichée en bas pour comparaison.

1.2. Résultats des critères de la valeur scientifique

Les trois critères d'intégrité (0.96), représentativité (0.93) et de rareté (0.82) affichent des moyennes relativement proches et importantes, supérieures à la valeur scientifique dans sa globalité; de l'autre côté, la valeur paléogéographique moyenne n'est que de 0.14, chose qui a impacté négativement la moyenne de la valeur scientifique.

- Intégrité

L'intégrité des géomorphosites étudiés est globalement très bonne (0,96) et il est réjouissant de voir que le patrimoine géomorphologique du Parc est dans un bon état de conservation. On ne relève aucune valeur nulle (les scores de 0,5 et 0.75), ceci est dû à l'absence de troubles d'origine humaine, comme l'exploitation de ces sites d'une manière non raisonnable. Les géomorphosites fluvio-karstiques, lacustre et structural obtiennent un score de (1) (figure 2), tout comme les formes karstiques (0,96), fluviales (0,95), alors que le score du processus gravitaire ne représente que (0,88).

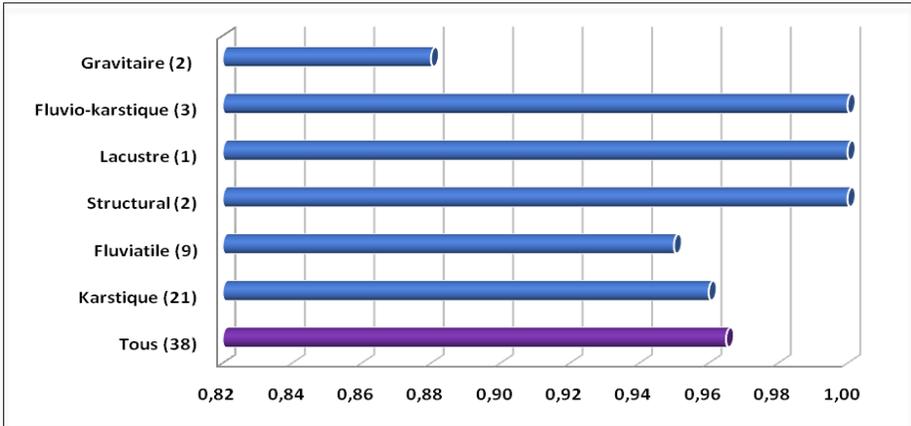


Figure 2. Critère d'intégrité selon les catégories des géomorphosites. Entre parenthèses, le nombre d'objets par catégorie.

- Représentativité

La représentativité des géomorphosites est bonne (0,93). Ce score élevé n'est pas surprenant et résulte certainement de la volonté d'intégrer des objets représentatifs de la géodiversité du territoire d'étude. La moyenne la plus élevée est celle des géomorphosites structural, lacustre et fluvio-karstique (figure 3). Les scores des géomorphosites karstiques s'expliquent plutôt par le type des processus qui sont assez répandus mais génèrent rarement des formes exemplaires ; ces catégories ne comprennent qu'un ou deux objets, que l'on juge de ce fait représentatifs.

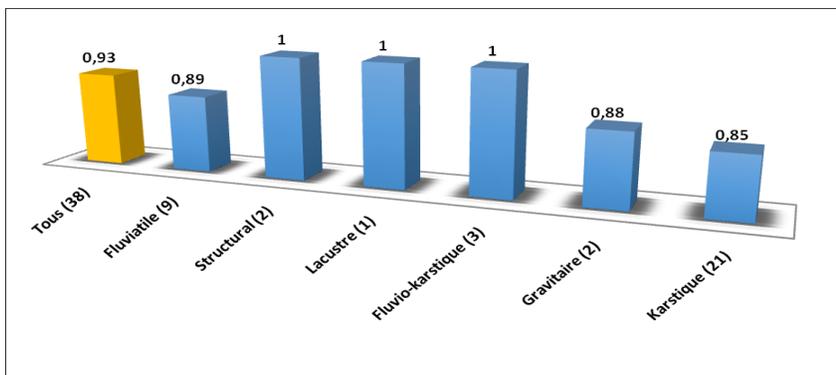


Figure 3. Critère de représentativité selon les catégories des géomorphosites.

- Rareté

La rareté est le critère qui obtient la moyenne de (0.82) (figure4). Rappelons qu'elle est évaluée selon l'échelle de la zone d'étude ; les sites qui obtiennent le score maximal y sont donc considérés comme sans équivalent. Ce score élevé résulte peut-être de la volonté d'intégrer dans l'inventaire une grande diversité de formes. Cette diversité se retrouve à l'intérieur des catégories de géomorphosites (karstique, fluviatile...) qui comprennent une grande variété de formes géomorphologiques. Les géomorphosites retenus présentent souvent des caractéristiques uniques à l'échelle de la zone d'étude. Les formes fluviatiles sont créditées d'un score maximal de (0.89) (figure 4) devant les formes structurale, lacustre et fluvio-karstique (1), alors que les formes gravitaires (0.88) et karstiques (0.85) sont à nouveau les moins bien jugées.

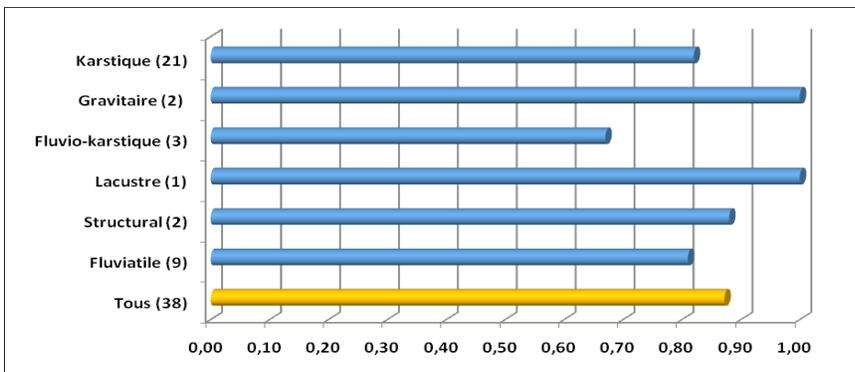


Figure 4. Critère de rareté selon les catégories des géomorphosites.

- Valeur paléogéographique

La valeur paléogéographique est beaucoup plus faible (0.14) (figure 5) que les trois autres critères et limite la valeur scientifique. Les géomorphosites qui renseignent sur l'histoire de la Terre et du climat sont mis en valeur par ce critère. Seuls les objets qui définissent clairement une situation paléogéographique ou qui marquent une position obtiennent un score élevé. Bien que la valeur paléogéographique soit centrale dans la définition du concept du géomorphosite, il ressort de notre évaluation que certaines catégories des géomorphosites sont préférentiellement évaluées par ce critère: en effet, les processus gravitaires et structuraux ne possèdent que rarement, de

par leur nature, une importance de ce point de vue, contrairement aux processus fulvio-karstique, karstique et fluviatile; leur valeur scientifique se retrouve donc amoindrie en raison d'un score nul pour ce critère. Cela contribue à mettre en valeur certaines catégories des géomorphosites au détriment d'autres.

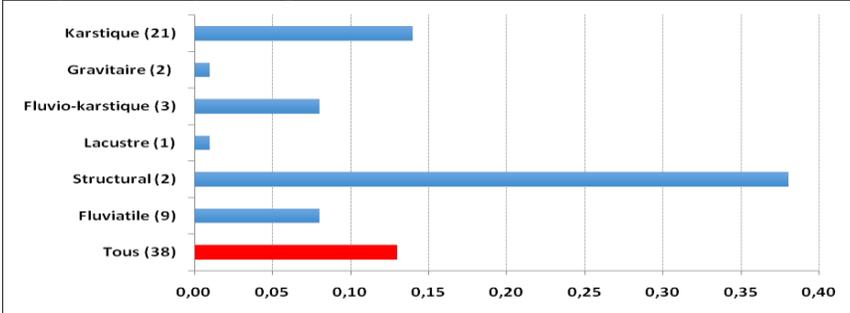


Figure 5. Valeur Paléogéographique selon les catégories des géomorphosites.

1.3. Synthèse de la valeur scientifique

Relevons tout d'abord que tous les géomorphosites étudiés possèdent une importance d'un point de vue scientifique, ce qui est réjouissant. La figure 6 représente les principales données à retenir; elle synthétise les résultats de la valeur scientifique que nous avons commentés plus haut avec une bonne vision d'ensemble.

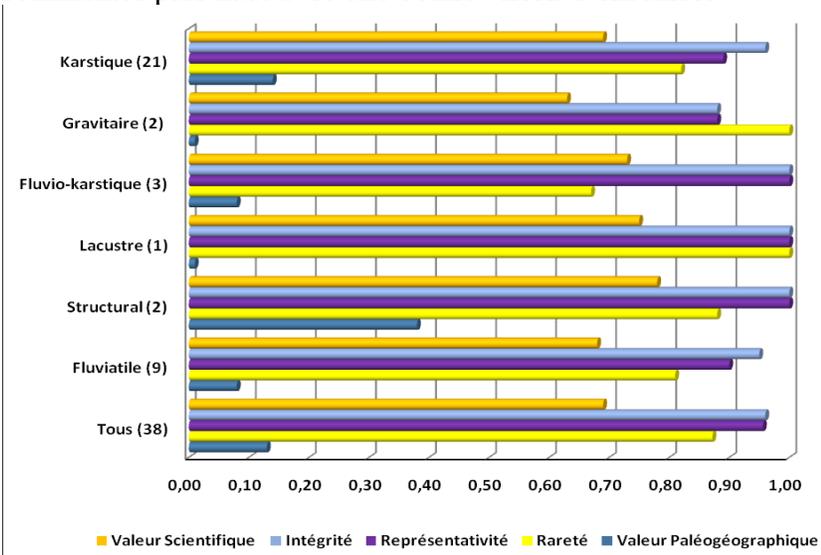


Figure 6. Digramme synthétisant les critères de la valeur scientifique selon le processus morphogénétique dominant.

2. Valeurs additionnelles

2.1. Résultats généraux

Le tableau 7 et la figure 7 synthétisent les scores attribués aux géomorphosites étudiés et ce pour les différentes valeurs additionnelles. Dans le tableau 7, les géomorphosites sont classés par ordre numérique pour retrouver aisément chaque site alors que dans la figure 7, ils sont classés selon des scores décroissants.

Code	valeur écologique	valeur esthétique	valeur culturelle	valeur économique	valeur additionnelle
GMSkrst-A1	0,5	0,75	0	0	0,31
GMSkrst-A2	0,87	0,37	0	0	0,31
GMSflu-B1	0,5	0,75	0	0,75	0,50
GMSkrst-A3	0,87	0,5	0	0	0,34
GMSkrst-A4	0,25	0	0	0	0,06
GMSlac-C	0,87	1	0	0,75	0,66
GMSkrst-A5	0,62	0,5	0	0,5	0,41
GMSflu-B2	0,5	1	0	0	0,38
GMSstrc-D1	0,5	1	0	0	0,38
GMSflu-B3	0,62	0,62	0	0,5	0,44
GMSkrst-A6	0,12	0	0	0	0,03
GMSflu-B4	0,75	0,5	0	0,75	0,50
GMSkrst-A7	0,5	0,75	0,12	0	0,34
GMSkrst-A8	0,75	0,37	0	0	0,28
GMSkrst-A9	0,62	0,62	0	0	0,31
GMSkrst-A10	0,5	0,5	0	0	0,25
GMSkrst-A11	0,75	0,87	0	0	0,41
GMSkrst-A12	0	0,13	0	0	0,03
GMSflu-B5	0,75	0,75	0	0	0,38
GMSflu-B6	0,75	0,5	0	0	0,31
GMSkrst-A13	0,25	0,75	0	0	0,25
GMSflu-B6	0,62	0,75	0	0	0,34
GMSgrv-E1	0,62	0,75	0	0	0,34
GMSkrst-A14	0,62	0	0	0	0,16
GMSkrst-A15	0,62	0,87	0	0	0,37

GMSkrst-A16	0,87	0,62	0	0	0,37
GMSgrv-E2	0,13	0,62	0	0	0,19
GMSkrst-A17	0,13	0,13	0	0	0,07
GMSflu-B9	0,87	0,87	0	0	0,44
GMSflukrst-F2	0,5	0,75	0	0	0,31
GMSkrst-A19	0,75	0,87	0	0	0,41
GMSflu-B7	0,62	0,62	0	0	0,31
GMSkrst-A20	0,13	0,5	0	0	0,16
GMSkrst-A21	0,87	0,38	0	0	0,31
GMSflukrst-F3	0,37	0,5	0	0	0,22
GMSflu-B8	0,5	0,75	0	0	0,31
GMSstrc-D2	0,37	0,5	0	0	0,22
GMSkrst-A18	0,87	0,75	0	0	0,41
Moyenne	0,56	0,59	0,003	0,09	0,31

Tableau 7. Détails des critères de la valeur additionnelle des géomorphosites.

La moyenne générale de toutes les valeurs additionnelle est de (0,31) (figure 7). Même s'il est nettement inférieur à la valeur scientifique, ce score n'en est pas moins intéressant et supérieur à ce que nous attendions à priori. Parce qu'il a des valeurs écologiques, esthétiques on n'a pas attendu pour les trouver dans la zone d'étude.

Trois géomorphosites se distinguent dans la figure 7 par leurs scores élevés. La grande Cascade de Taourart (GMSflu-B1) obtient de façon remarquable un score maximal (0.66) avec quatre valeurs additionnelles prépondérantes. Deux sites se démarquent encore avec des scores de (0,5) : lac de Prissa (GMSlac-C) et la plaine alluviale de l'Oued Laou (GMSflu-B4). La distribution des scores est assez régulière, avec trente-cinq valeurs inférieures à la moyenne et trois supérieures. Aucun géomorphosite n'est crédité d'un score nul ; la grotte Tizi (GMSkrst-A6) obtient la valeur la plus faible avec (0,03).

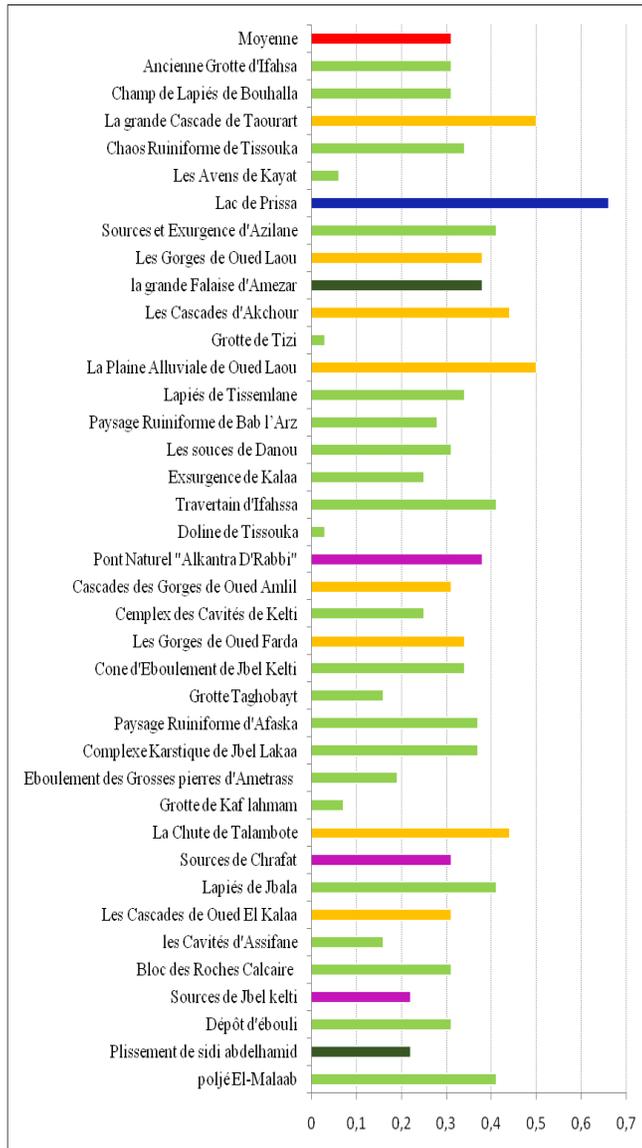


Figure 7. Moyenne des valeurs additionnelles. La couleur représente le processus géomorphologique dominant.

2.2. Analyse par catégories des géomorphosites

Le géomorphosite lacustre obtient un score plutôt élevé et affiche la meilleure moyenne (0,66). Les scores des géomorphosites karstiques sont distribués de façon régulière sur tout l'éventail des valeurs et affichent une moyenne (0,27) inférieure à

la moyenne générale. Le constat est identique pour les géomorphosites fluviaux (0,39), structuraux (0,30), fluvio-karstiques (0,30) et gravitaires (0,27). Ci-dessous, nous détaillons les résultats pour chaque catégorie de géomorphosites, pour expliquer les disparités existant entre ces catégories.

2.3. Détails des valeurs additionnelles

- Valeur écologique

La valeur écologique est moyenne (0,58) (figure 8). Il s'agit certainement de la valeur additionnelle la plus difficile à évaluer ; il se peut donc que, faute de connaissances, l'importance écologique de l'un ou l'autre site nous ait échappé. Nous avons pris en compte la valeur écologique d'un site surtout lorsqu'elle découlait d'un processus géomorphologique. Au contraire, une faune particulière, ou une flore intéressante sans lien avec la géomorphologie, n'ont pas été prises en compte dans l'évaluation.

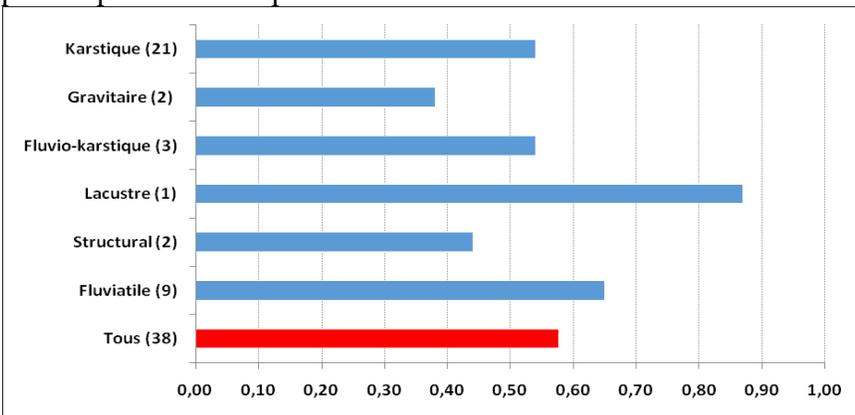


Figure 8. Valeur écologique selon les catégories des géomorphosites.

Le critère de site protégé est intéressant mais parfois sans aucun lien avec la géomorphologie. Les géomorphosites lacustre et fluviaux ont une valeur supérieure à (0,5) ; ils sont favorables au développement de la végétation. Les scores sont plus ou moins faibles pour les formes structurales (0,44) (figure 8) et gravitaire (0,38), et les processus karstique et fluvio-karstique ont les mêmes valeurs (0,54).

- Valeur esthétique

Les critères fournis par la méthode de l'IGUL permettent d'évaluer assez précisément les qualités esthétiques d'un géomorphosite, même s'il suscite une part de subjectivité qui dépend de l'émotivité de l'auteur. On relève cependant que le critère des points de vue prétérite quelque peu les sites éloignés ou bénéficiant de points de vue peu accessibles, même si ceux-ci disposent de qualités scéniques et paysagères de premier ordre⁵.

La valeur esthétique est nettement la valeur additionnelle prépondérante (0,75) (figure 9) ; de plus, trois géomorphosites obtiennent un score nul (Les Avens de Kayat, Grotte de Tizi et Grotte Taghobayt), Cela ne confirme pas les affirmations de Panizza et Piacente (1993 :13) quant aux atouts paysagers évidents des géomorphosites, « les plus étendus et spectaculaires des géomorphosites », de notre avis, malgré tout, on observe quelques disparités dans les résultats des différentes catégories ; les géomorphosites structuraux possèdent presque logiquement la valeur esthétique la plus élevée (0,97) puisqu'ils jouissent d'un développement vertical important et les formes fluviatiles présentent également de beaux atouts esthétiques (0,81) (figure 9), avec des formes impressionnantes comme des gorges, des systèmes torrentiels ou une cascade. A l'inverse, les géomorphosites gravitaires se démarquent par la valeur la plus faible (0,38), avec des objets qui s'individualisent peu dans le paysage. Toutes les autres catégories obtiennent un score intéressant, supérieur à 0,6.

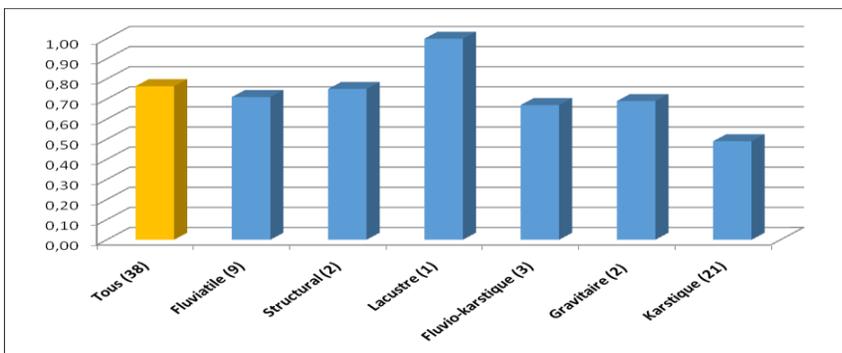


Figure 9. Valeur esthétique selon les catégories des géomorphosites.

⁵Exemple la grotte d'Ifahssa, source de Chrafat, lac de Prissa

- Valeur culturelle

La valeur culturelle est le dernier score de la valeur additionnelle avec une moyenne faible à presque nulle (0,03). Cette valeur minime réduit la moyenne générale de la valeur additionnelle des géomorphosites. Le seul géomorphosite obtenant la valeur de (0.12) est la plaine alluviale de l'Oued Laou (GMSflu-B4). Cette plaine obtient un score de (0.5) dans son évaluation de l'importance historique comme "Région de présence humaine depuis les temps anciens" selon certains témoignages.

En général, la valeur culturelle, à notre avis reste très limitée, en raison de l'indisponibilité de références historiques relatives aux géomorphosites auparavant inventées pour déterminer la valeur.

- Valeur économique

Seuls les cinq géomorphosites⁶ possèdent une valeur économique. Celle-ci résulte de l'activité touristique ou de l'exploitation d'une ressource géomorphologique. L'exploitation touristique du patrimoine naturel est presque inexistante dans notre terrain d'étude : seules les cascades d'Akhour et Oued El Kalaa ont une valeur économique directe. Les infrastructures sont le moyen d'accéder à ces cascades, malheureusement, ils sont très faibles et non éligibles. Il s'agit assurément d'une attraction géotouristique, dans laquelle l'aspect scientifique est malheureusement négligé au détriment de l'unique valeur scénique.

La valeur économique des géomorphosites avec une moyenne de (0.15) (figure 10). Le score maximal partagé entre trois géomorphosites (0.75) : La grande Cascade de Taourart, la plaine alluviale de l'Oued Laou et le lac de Prissa. Le score minimal (0.50) obtenu par : les Sources d'Azilane et les cascades d'Akhour.

⁶La grande Cascade de Taourart (GMSflu-B1), lac de Prissa (GMSlac-C), les cascades d'Akhour (GMSflu-B3), les sources d'Azilane (GMSkrst-A5), la plaine alluviale de Oued Laou (GMSflu-B4)

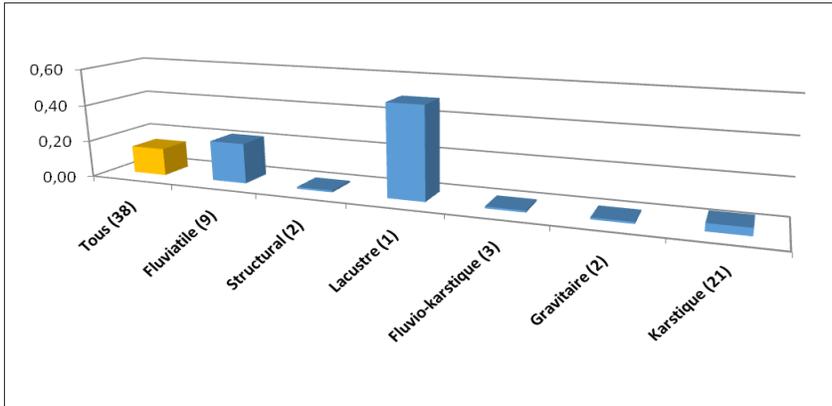


Figure 10. Valeur économique selon les catégories des géomorphosites.

3. Valeur géomorphologique globale

La valeur géomorphologique globale d'un géomorphosite combine sa valeur scientifique et sa valeur additionnelle globale. Elle permet de cerner rapidement l'intérêt d'un géomorphosite. La plupart du temps, la valeur scientifique, centrale dans la notion de géomorphosite, prime sur la valeur additionnelle globale au niveau des scores.

La figure 11 présente la valeur globale des géomorphosites les mieux classés au niveau scientifique (score supérieur à 0,7). Ceux-ci obtiennent également une moyenne des valeurs additionnelles supérieure à la moyenne générale (0,33): une valeur scientifique élevée se combine la plupart du temps avec des valeurs additionnelles intéressantes. Ainsi, une partie des géomorphosites possède des atouts très diversifiés et recèle un potentiel de valorisation certain. L'ancienne grotte d'Ifahssa (GMSkrst-A1), les blocs des roches calcaires (GMSkrst-A21) et le pont du Dieu (GMSflukrst-F1) s'illustrent par leurs multiples qualités, jouissant non seulement d'une valeur scientifique élevée, mais également des valeurs additionnelles importantes.

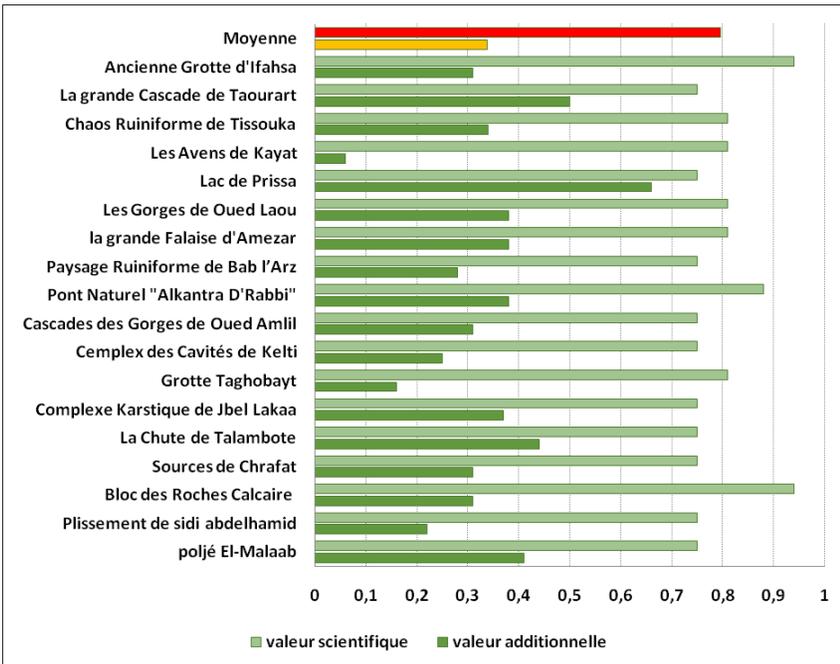


Figure 11. Valeur des géomorphosites générale qui présentent une valeur scientifique supérieure à 0,7. Les sites sont classés selon une valeur scientifique décroissante.

A l'inverse, plusieurs objets inventoriés ne présentent qu'un intérêt limité, tant au niveau scientifique que pour les valeurs additionnelles (figure 12) : au moins les bonnes valeurs scientifiques correspondent souvent à des valeurs additionnelles faibles. Il ne s'agit toutefois que d'une tendance générale et pas d'une règle ; le cas des lapiés Jbala (GMSkrst-A19) et les sources d'Azilane (GMSkrst-A5), qui affichent des valeurs scientifiques et additionnelles de 0,45 est là pour le rappeler.

Ces géomorphosites méritent-ils leur place dans cet inventaire ? Dans la mesure où ils sont représentatifs de la géo diversité de la zone d'étude, nous répondons par l'affirmative. Il faut aussi bien concevoir que dans la zone d'étude relativement restreinte, il n'est possible d'inventorier que des géomorphosites de première importance.

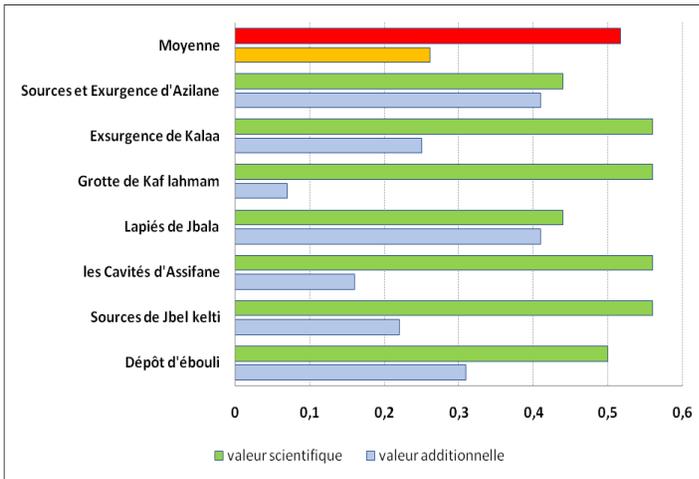
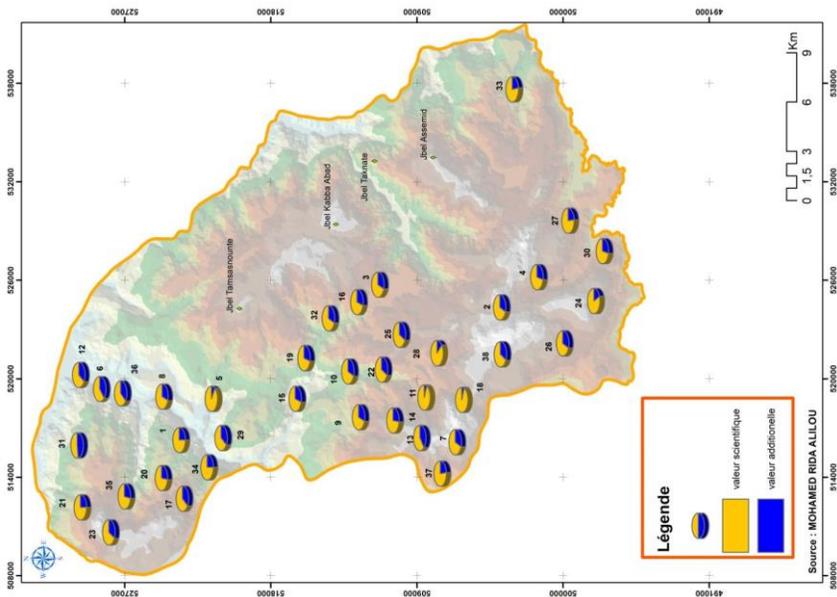


Figure 12. Valeur générale des géomorphosites qui présentent une valeur scientifique inférieure à 0,6. Les sites sont classés selon une valeur scientifique décroissante.

La carte 3 combine également la valeur scientifique et les valeurs additionnelles (en cercles proportionnels).

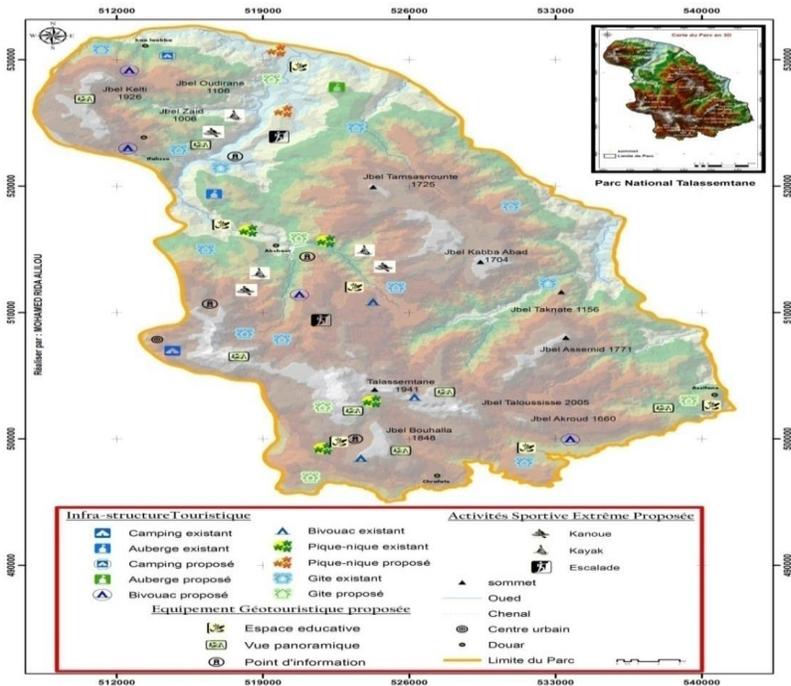


Carte 3. La synthèse de la valeur scientifique et additionnelle des géomorphosites en cercle proportionnels.

III. Proposition de valorisation

À la lumière de l'inventaire des géomorphosites, le Parc National Talassemtane connaît un très grand potentiel de valorisation géotouristique. Notre étude propose de poursuivre le développement des sentiers géo-didactiques. De ce fait, le présent travail permet de cibler six principaux thèmes à mettre en valeur dans le cadre des sentiers géo-didactiques proposés. Il s'agit de six types de processus responsables de l'évolution du paysage du Parc. De nos jours, il est toujours possible de les observer sous forme de site témoins. Ces types de processus sont : karstiques, gravitaires, structuraux, lacustre, fluviaux et fluviaux-karstique.

Nous proposons plusieurs types d'infrastructure géo-touristique divers et variées tels que : les gites, auberges, bivouacs, campings, aires de pique-nique, espace éducatif, point d'information concernant les géomorphosites. En outre les activités touristiques sportives sont favorisées dans le Parc comme : le kayak et kanoué dans les gorges et les cours d'eau, l'escalade dans les falaises, les randonnées pédestres (carte 4).



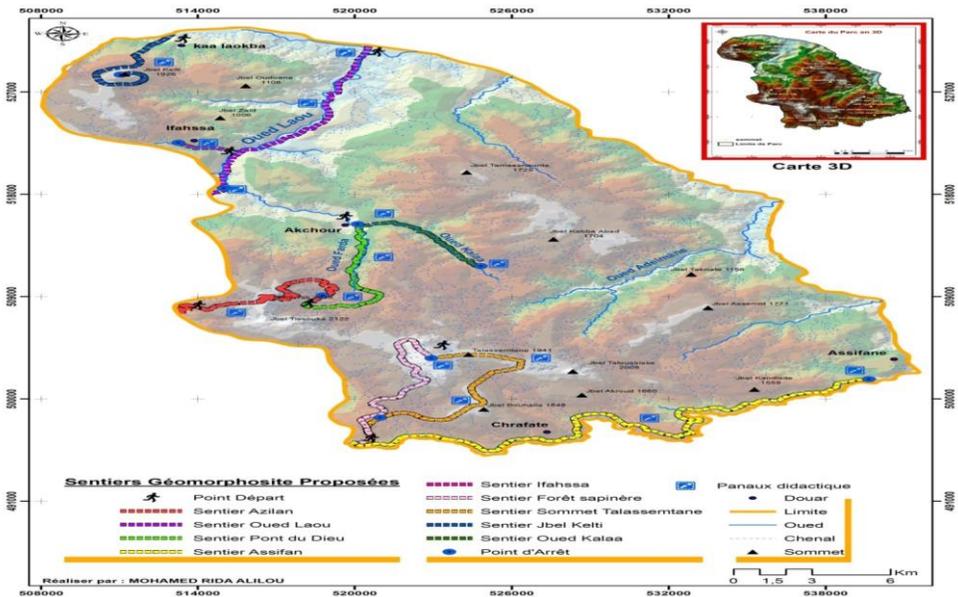
Carte 4. Les infrastructures géo-touristique du Parc.

1. Évaluation des différentes réalisations possibles

1.1 Sentiers didactiques

Le sentier didactique est la manière la plus efficace de la valorisation, que ce soit de la faune et de la flore ou des sciences de la Terre. Le sentier permet de mettre en lumière, le long d'un itinéraire, différents objets dignes d'intérêt. En effet, neuf sentiers ont été découverts (carte 5), chaque sentier présente des caractéristiques spécifiques qui le rendent un paysage unique. Ces sentiers, sont suivants :

- Sentier de Sommet de Talasemtane
- Sentier Chefchaouen- Azilane
- Sentier Pont Naturelle (Alcantara D'Rabbi)
- Sentier Route de Oued Laou
- Sentier des Cascades de l'Oued El Kalaa
- Sentier de Sapinière de Talasemtane
- Sentier Ifahssa
- Sentier de Jbel Kelti
- Sentier Maraboutique de Talasemtane



Carte 5. Les différents sentiers.

1.2. Panneaux didactiques, bloc diagramme

Comme déjà proposé, le sentier didactique, peut se faire à l'aide de panneaux didactiques de formes et de tailles diverses, mais également de brochures explicatives à l'image de celles réalisées (photo1) pour les sentiers géomorphologiques proposés. On peut également trouver des cartes géotouristiques qui permettent à la fois de s'orienter le long du chemin et de dispenser de l'information comme déjà vu dans les cartes des sentiers, que ce soit sur les objets valorisés, mais aussi sur des données plus pratiques comme les arrêts de transports publics. Cependant, il faut garder à l'esprit que la taille d'un panneau, d'une brochure ou d'une carte est limitée et qu'il sera nécessaire de bien sélectionner l'information. Autre idée proposée, c'est le bloc diagramme (figure 13). Le bloc-diagramme paysager est un support visuel et pédagogique fréquemment utilisé pour illustrer un paysage. Il peut se définir simplement par une représentation d'un paysage, d'une portion de territoire (CETE Nord-Picardie, 2001).



Photo 1. Exemple d'un photomontage des géomorphosites : « Chute de Talembote » et « Le Pont du Dieu »

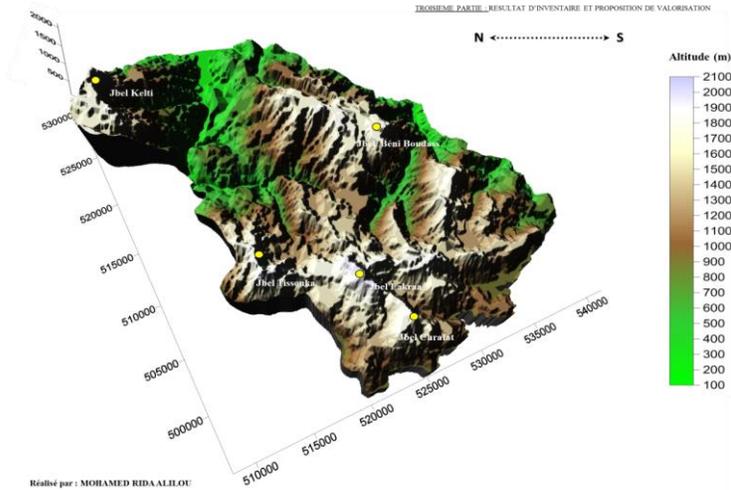


Figure 13. Le parc national Talassemtane en 3D.

Conclusion

Au terme de cette étude, nous avons réalisé un inventaire géomorphologique sur un territoire qui s'est avéré aussi riche que nous le supposions. Le Parc National Talassemtane s'est constitué autour d'un espace préservé, d'une grande valeur naturelle et humaine. Il peut s'appuyer sur des milieux diversifiés où les formes du relief tiennent une place privilégiée, en tant que support des activités humaines, pilier du développement d'écosystèmes spécifiques et variés, structure d'un paysage à forte valeur esthétique, et éléments scientifiques reconnus de longue date.

Ce Parc permet d'illustrer quelques relations qui mériteraient que l'on s'y attarde plus amplement. La forte imbrication du « biotique » et de « l'abiotique » peut être avantageusement illustrée par les géomorphosites contenant un milieu à forte valeur écologique.

A partir de l'inventaire réalisé et les sites évalués, nous pouvons synthétiser les résultats en quelques points. Les processus et les formes au sein de la zone d'étude :

- Les processus dominant la morphologie du Parc sont tous représentés, le processus karstique gagne la première place (plus de la moitié des géomorphosites), après le processus fluvial avec une représentation importante, et puis les processus : fluvio-karstique, gravitaire, structural et lacustre.

- Les formes structurales sont liées au plissement et à la fracturation des calcaires. Il en résulte principalement des combes anticlinales, dépressions synclinales.

- Les processus karstiques sont représentés par les formes les plus typiques : dolines, grottes, cavités, sources et lapiés.

- La configuration de la zone d'étude est montagneuse et implique une forte présence de réseau hydrographique avec une couverture végétale dense.

Nous avons vu qu'il existait plusieurs possibilités de valorisation et évidemment, elles ne s'excluent pas l'une l'autre. Il serait tout à fait envisageable, et même conseillé, que plusieurs d'entre elles soient mises en place afin de réaliser une véritable offre géotouristique découlant d'une stratégie touristique plutôt que quelques produits isolés.

Même si les acteurs touristiques sont conscients de la richesse de leur patrimoine paysager, ils n'ont pas vraiment d'attentes en matière de géotourisme.

Bibliographie

Maillard B., (2011). *Inventaire des géomorphosites des vallées d'Entremont et de Ferret (Valais) et propositions de valorisation*. Mémoire de master, faculté des géosciences et de l'environnement, Université de Lausanne.

Berger J.-P., Reynard E., Constandache M., Felber M., Häuselmann P., Jeannin P.-Y., Martin S., (2008). *Révision de l'inventaire des géotopes suisses*. Rapport du groupe de travail. 6th Swiss Geoscience Meeting, 21st – 23rd November 2008, university of applied science of southern Switzerland.

Chalouan A., (1986). *Les nappes ghomarides, Rif septentrional, Maroc, un terrain varisque dans les chaînes alpines*. Thèse Doct, Univ Strasbourg. 317p.

Durand Delga, M., Hottinger, L., Marcais, J., Mattauer, M., Milliard, Y., Suter, G., (1962). Données actuelles sur la structure du Rif. In : *Livre à la mémoire du professeur Paul Fallot. Société géologique de France*, 1 : 399-422.

Grandgirard, V., (1997). *Géomorphologie, protection de la nature et gestion du paysage*. Université de Fribourg, Faculté des sciences, Thèse de doctorat.

Pralong, J.-P., (2003). Valorisation et vulgarisation des sciences de la Terre : les concepts de temps et d'espaces et leur application à la randonnée pédestre. Lausanne, Institut de Géographie, *Travaux et recherches* n° 24, 115-127.

Pralong, J.-P., (2005). A method for assessing tourist potential and use of geomorphological sites. *Géomorphologie, relief, processus, environnement*, n° 3, 189-196.

Reynard, E., (2004a). La géomorphologie et la création de paysages. Paysages géomorphologiques, Compte rendu du séminaire de 3ème cycle CUSO 2003, Lausanne. Institut de Géographie, *Travaux et Recherches* n° 27, 9-20.

Reynard, E. Pralong, J.-P., (2004). Géotopes, géo(morpho)sites et paysages géomorphologiques. Institut de Géographie, *Travaux et Recherches* n° 27, 123-136.

Le tourisme urbain, un dilemme pour repenser la centralité urbaine ? Cas de la ville méditerranéenne Skikda (Algérie)

Alla Eddine FENCHOUC

Université de Constantine 3, Algérie

Courriel : aladdin91urban@hotmail.com

Résumé

Le tourisme urbain constitue un champ stratégique pour développer la centralité des villes contemporaines. Il est à la croisée des chemins entre la recherche de l'urbanité et la promotion de l'attractivité des villes. La ville de Skikda explore, même en partie, cette stratégie. Aujourd'hui, nous assistons à une dynamique urbaine fortement scindée sur la branche touristique. En effet, durant cette dernière décennie, l'emploi dans le secteur touristique a plus que triplé. Cela s'est traduit par une expansion spatiale exubérante des structures touristiques (hôtel de luxe...etc.) dans la Zone d'Expansion Touristique (ZET).

De plus, nous assistons à des interventions qui cherchent à donner de la valeur à des espaces publics dévalorisés et un déploiement des efforts en quête de concilier l'histoire et la modernité dans le centre-ville. Or la stratégie du développement précoce du tourisme urbain semble alimenter un processus de fragmentation spatiale qui risque de se générer entre la périphérie et le reste de la trame urbaine.

Mots clés : *Tourisme urbain -centralité urbaine- dynamique urbaine. Centre-ville- zone d'expansion touristique*

Introduction

Au cours de ces dernières années, compte tenu des pressions économiques, le secteur touristique en Algérie s'est marqué dans les discours des détenteurs politiques comme une prérogative visant à renforcer le rayonnement des villes. Néanmoins, force est de constater que la stratégie de développement touristique en Algérie est beaucoup

plus subie par les paradigmes de la mondialisation. En effet, les dynamiques de la mondialisation ont concouru à introduire des métamorphoses dans la manière de penser le tourisme Algérien, dont la stratégie de développement local et durable est au centre des interrogations. À présent, l'objectif affiché est de compenser en partie les recettes infléchissant des hydrocarbures.

Prenant la ville de Skikda comme cas empirique, de nos jours, dans une logique de précipitation, le tourisme s'impose comme une révolte de la dynamique urbaine. Cette dernière se voit cristalliser par le développement précoce des structures touristiques. Ce développement marque les prémisses vers la mise en tourisme des lieux phares de la ville. Au vu de ces considérations, la question de la centralité urbaine s'avoue cruciale et essentielle à définir. Dans cette optique, les autorités locales s'engagent dans une politique de rattrapage visant, à la fois, la revalorisation de la centralité symbolique (centre historique) et la fabrication d'une nouvelle centralité. La stratégie prônée s'adosse à l'investissement en masse dans les domaines touristiques et s'oriente vers des structures touristiques de haut standing dans la logique, de ce que Chouiki appelle « des zones touristiques individualisées » (Chouiki, 2015). Néanmoins, les critères de durabilité semblent à situer aux marges des interrogations. De manière générale, nous relevons à Skikda deux anomalies majeures, à savoir les enjeux d'implantation (liaison à la ville-centre) et les enjeux liés à la création d'une centralité concrète.

C'est pourquoi il est indispensable de réfléchir, non seulement, à des structures touristiques en éclats avec la ville au nom de déconcentrer la ville-centre, mais évidemment à « une qualité urbaine d'ensemble », selon la formule d'Alain Bourdin (2003, p. 36). Autrement dit, une démarche génératrice d'une dynamique urbaine et touristique durable qui conjugue les enjeux sociaux (identité, ancrage, accessibilité...) économiques et écologiques. Ceux-ci, en effet, constituent les fondements d'un tourisme durable (Chaline, 2007, p. 26-29). À ce titre, une question impérieuse s'impose, comment concilier les exigences du tourisme contemporain, surtout en termes de durabilité, avec la stratégie locale visant le développement de la centralité urbaine par le tourisme ? Et quels sont les risques qui pourront en découler ?

Cette contribution veut, d'une part, établir un diagnostic du processus de développement touristique tant au niveau des stratégies et des politiques publiques qu'au niveau des réalités urbaines, d'autre part, elle vise à procéder à une approche comparée avec les études étrangères, afin de confectionner une lecture prospective dans le cadre de refonder une stratégie du tourisme urbain durable de la ville de Skikda.

Tourisme et centralité, quelle correspondance ?

Le développement du tourisme constitue un facteur vital d'attractivité des territoires. Le tourisme urbain est considéré comme « *un ensemble d'attractivités, que concrétisent des flux considérables de visiteurs, dont la présence est génératrice d'importantes retombées économiques immédiates et positives* » (Chaline, 2007, p. 26). Dans ce sens, le tourisme urbain est, par essence, un vecteur de recomposition des espaces. Il est considéré comme un volet indispensable pour fabriquer, dans la perspective d'une stratégie de développement local concurrentiel (Duhamel et Knafou, 2005 ; Bourdin, 2003 ; Marchal et Stébé, 2011), des nouvelles centralités dans un contexte ouvert. À cela correspondent plusieurs démarches et politiques territoriales, qui, de leurs parts, impliquent des stratégies spécifiques d'intervention et d'aménagement. Dans ce sens, il s'agit davantage, par le biais du tourisme, de mettre en relief des opérations de polarisation périphérique—aussi forte que possible de les doter de très haute urbanité— et les opérations de revitalisation des centres-villes auxquelles les politiques territoriales consacrent au moins un aspect à la recherche de prérogatives différentielles du reste de la trame urbaine (Devisme, 2005)

Considérations méthodologiques

Pour ce qui est de la méthode, nous avons conjugué principalement l'approche qualitative et l'enquête sur terrain. Tout d'abord, nous avons consacré notre premier temps à l'analyse de contenus des différents documents, à savoir lois et documents officiels décryptant les logiques des politiques territoriales actuellement en jeu. Puis, nous nous sommes appuyé sur l'observation in situ couplée par un relevé systémique des activités touristiques. La conjugaison de ces deux approches nous a permis

de mieux saisir les dynamiques touristiques qui constituent notre objet d'interrogation dans cet article.

Skikda, une grande ville algérienne en plein essor touristique

La ville de Skikda est une ville méditerranéenne située dans la partie orientale de l'Algérie (figure n°1 et n°2). L'analyse de la situation actuelle révèle un territoire aux ressources et potentialités diversifiées, elle dispose d'une offre culturelle intéressante (centre historique), tourisme balnéaire et massif montagneux. Il s'y ajoute de nombreux équipements à caractère symbolique. Depuis la deuxième moitié des années 2000, Skikda, à l'instar des grandes villes Algériennes, s'est imprégnée dans un processus de renouvellement de son image et de son attractivité, dont les politiques urbaines ont choisi le pari de concurrence avec les villes littorales proches (Jijel, Bejaia).

En effet, si on s'appuie des chiffres officiels sur la ville de Skikda, la variation de l'emploi dans le secteur touristique, exprimée en pourcentage, peut être extraordinaire. En effet, pendant la période 2008-2015, l'évolution de l'emploi dans le secteur touristique a été proche de 11,87%. Il est à noter cependant qu'en chiffre absolu l'image est un peu différente. La hausse de 11,87% recouvre le passage de 270 à 3554 emplois directs. Mais cette augmentation fatale qui s'impose à l'expression décèle, même en partie, la portée des orientations récentes de la politique locale. En effet, elle tire une grande part de son sens de la promotion touristique de la ville.



Figure n° 1. Situation de la ville de Skikda (source : Web⁷).

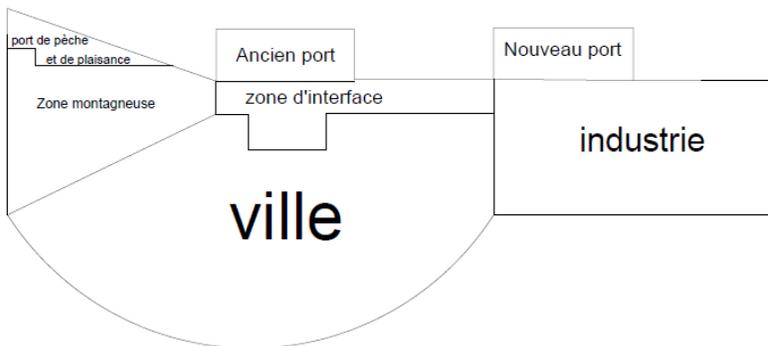


Figure n° 2. Schéma d'organisation de la ville.

⁷<https://www.tunisienumerique.com/algerie-interpellation-dun-terroriste-aux-frontieres-tuniso-algeriennes/>

L'état touristique pendant la période coloniale

La promotion touristique de la ville de Skikda (l'Ex Philippeville) pendant la période coloniale fut confiée à l'Office algérien de l'action économique et touristique (OLAFAC). En effet, il s'agit d'un organisme officiel doté d'une autonomie financière qui a pour mission principale de concourir au développement du commerce et de tourisme algérien. Sur le plan touristique, sa mission fut focalisée, en effet, sur la constitution d'un outillage touristique qui vielle sur la mise en valeur des sites et paysages touristiques ainsi que l'organisation des voyages et circuits touristiques. Sur la base de lecture des plans d'archives et les photos correspondantes, l'activité touristique, qui, au-delà des activités festives, se résumait, d'une part, dans l'organisation des circuits touristiques à l'intérieur (Stora et Jeanne D'arc) et au-delà des périmètres de la ville (agglomérations périphériques) (voir figure n°3). D'autre part, la forme de la ville coloniale, dense et compacte, offre une série d'espaces publics à usage hétérogène. En effet, la place de Marquet (renommée place du 1^{er} novembre après l'indépendance) demeure la référence de la vie récréative (voir photo n°1).

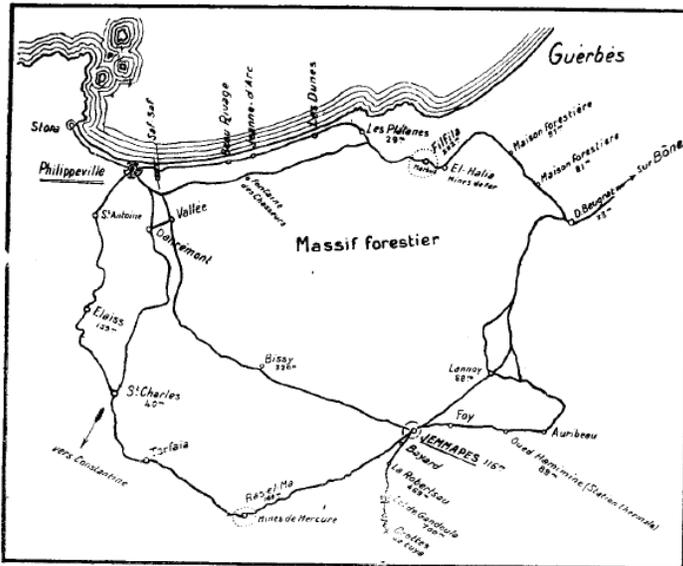


Figure n° 3. Circuits touristiques pendant la période coloniale (source : archives de l'APC)



Figure n° 4. La place de la Marquet pendant la période coloniale (source : web)

La période post-indépendance

Comme le souligne Pierre Merlin (2015) « *la dépendance du tourisme vis-à-vis des conditions climatiques, mais surtout de la conjoncture économique et politique* ». Dans ce sens, il faut remonter à la première décennie de l'indépendance pour voir que l'activité touristique a été perçue comme une activité peu prioritaire dans cette ville. Au début des années 70, comme beaucoup de villes algériennes en situation de mal développement ou en sous-développement, la priorité était donnée à l'investissement en masse dans le secteur industriel (Boukhmis et Zeghiche, 1982). Toute est convergée pour rattraper le retard enregistré. Au fond, la perception du tourisme a été un peu négative et ne figure que brièvement dans les stratégies de développement urbain⁸, voire il constitue une source d'économie très maigre par rapport à l'industrie. Il en résulte de multiples images de dégénérescence des potentialités touristiques de la ville, qui pèse toujours, jusqu'à aujourd'hui, sur l'orientation stratégique des politiques locales, en quête de développement urbain et touristique.

⁸Bien que la création du ministère du tourisme remonte en 1964, dont son objectif principal été d'investir économiquement dans le secteur par le biais de l'ONAT (le premier et le seul opérateur dans le secteur à cette période), le tourisme restait sous-estimé.

Au tournant des années 70-80, la promotion de la ville au rang de chef-lieu de la wilaya a favorisé l'émergence d'une nouvelle dynamique. Cette dynamique est prescrite principalement par les nouveaux équipements et services, d'une part, et par les grands flux migratoires, à savoir l'accueil de « néo-citadin » (Cote, 1996), de l'autre part. La majorité des nouveaux arrivés sont composés des ingénieurs, techniciens et population rurale. Ce mouvement migratoire n'a pas éprouvé une importance assez intéressante vis-à-vis du secteur touristique, voir un seul projet touristique a été lancé, celui de l'Hôtel Salam (4 étoiles) situé en plein centre-ville. Il est destiné à une clientèle d'affaires et l'ensemble des touristes étrangers. Parallèlement, l'urbanisation diffusée et anarchique fait que de nombreux sites résidentiels ont été édifiés sur des aires vouées initialement aux activités touristiques (cas de l'Arbi Ben Mhidi ex Jeanne d'arc).

Par ailleurs, la valeur patrimoniale de la ville, parlant ici du centre-historique, s'est exposée à de nombreuses anomalies qui rendent son fonctionnement problématique. Le centre historique a évolué sous l'effet d'une politique de laisser-aller défigurant certains lieux. Couplée d'une série d'interventions et de réparation maigres, le centre-ville est placé dans une situation de crise avancée, telle l'expansion anarchique du commerce à l'étal, les séries d'interventions non réglementaires (introduites par les néo-citadins d'origine rurale), Etc. En effet, jusqu'à la fin des années 80, nous pouvons considérer que, d'une certaine façon, l'intérêt à la valeur patrimoniale du centre-ville n'a pas été une réelle priorité des politiques publiques ; elle était surtout une tâche suscitée par son état critique. Pour preuve, un premier diagnostic dressant l'état des lieux du centre-ville a été lancé en 1994, suivi par un autre en 1997, il en ressort, selon le plan d'occupation des sols du centre-ville, que 116 constructions nécessitaient une intervention de réhabilitation d'urgence et 23 constructions effondrées partiellement (URBAB, 1997).

L'état planificateur au profit du secteur privé

Comme le souligne Pierre Merlin (2015), « *le développement touristique algérien a gravement souffert de la quasi guerre civile des années 90* ». À ce titre, les années de la guerre civile (1990-

2000) n'ont pas apporté de nouvelle pour le secteur touristique à Skikda. Dans cette optique, la capacité hôtelière a connu une quasi-stagnation avec une moyenne de 1500 lits. Dans ce sens, de nombreux projets touristiques ont été interrompus durant cette période, faute de contentieux juridique avec la BDL ou refus de financement. Il est à noter que quelques dynamiques ont été, cependant, enregistrées dans le secteur touristique.

À partir de la deuxième moitié des années 90, années de la libéralisation du marché foncier, les autorités locales, à travers l'agence foncière de la commune, ont mis en vente des terrains pour l'extension de la zone donnant sur la mer, c'est le cas des deux agglomérations "Stora" et "l'Arbi Ben M'Hidi". Aussitôt, la capacité hôtelière va connaître une nette augmentation pour atteindre 2000 lits en 2005, soit 343 lits de plus.

Dans l'optique de revaloriser et de promouvoir le secteur du tourisme dans le pays, nous avons assisté à partir de la première moitié des années 2000 à une sorte de réveil touristique en Algérie. Au niveau législatif, la panoplie de textes règlementaires lancés depuis l'année 2000 prouve l'ampleur de ce phénomène. On note principalement la loi N° 03-01 relative au développement durable du tourisme, ce dernier fait explicitement référence à la loi n°01-20 relative à l'aménagement et au développement durable du territoire, et enfin, la loi n°02-02 relative à la protection et à la valorisation du littoral.

En termes spatiaux, le schéma national d'aménagement du territoire lance un nouvel outil touristique qui, sous forme des ZET⁹, est géré par la loi n° 03-03 relative aux zones d'expansion et sites touristiques (ZET). Dans ce cadre, la ville de Skikda a bénéficié d'une ZET qui s'étend sur la partie orientale de l'agglomération l'Arbi Ben M'Hidi et s'étale jusqu'à la commune Les Platanes (tableau n° 1 et figure n°5).

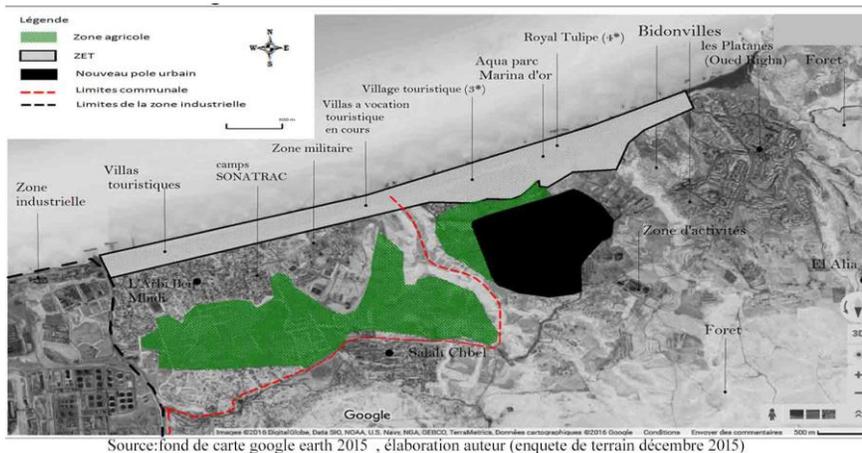
⁹ZET : Zone d'expansions « toute région ou étendue de territoire jouissant de qualités ou de particularités naturelles, culturelles, humaines et créatives propices au tourisme, se prêtant à l'implantation ou au développement d'une infrastructure touristique et pouvant être exploitée pour le développement d'au moins une sinon plusieurs formes rentables de tourisme » .

Tableau n°1. Caractéristiques de la ZET de Skikda.

	Superficie	Superficie viabilisé (ha)	Superficie occupée (ha)	Taux de bâti 26,19%	Observation
Z.E.T	206	57,019	54	26,19%	Etude d'aménagement en cours

Source : Direction de l'urbanisme et de la construction (2016)

Figure n° 5. Etat de faits de la ZET et les différents projets touristiques.



Au vu de ces considérations et face au repli de l'industrie (Cote, 2009), le tourisme constitue désormais un vecteur clé de la tertiarisation de l'économie en raison du potentiel de création de richesses et d'emploi. A ce titre, le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique « SDAT » constitue, désormais le cadre stratégique de référence pour la politique touristique de l'Algérie.

Tableau n° 2. Stratégie de développement du tourisme Algérien (source auteur, à partir du SDAT).

Priorité/objectifs stratégiques	Objectifs opérationnels	Thématiques associées
Se positionner touristiquement (une nouvelle visibilité du secteur tourisme)	<p>Valoriser le patrimoine historique, culturel et culturel</p> <p>Mettre en tourisme le patrimoine</p> <p>Pérenniser le capital naturel et culturel</p> <p>Renforcer la visibilité du Territoire (image me marque)</p>	<p>Identité patrimoniale et paysagère</p> <p>Compétitivité, attractivité</p> <p>Développement territorial</p>
Aménagement régional (par secteur) et de développement local	<p>Utiliser les leviers locaux pour un tourisme identitaire</p> <p>Augmentation de l'intégration des populations locales</p> <p>Mettre en synergie les territoires touristiques</p> <p>Création des pôles et villages touristiques d'excellence</p> <p>Tourisme urbain autour des grandes métropoles</p> <p>Densifier l'offre touristique</p>	<p>Partenariat public – privé</p> <p>Gouvernance touristique</p> <p>Urbanité</p> <p>Cadre de vie optimisé</p> <p>Centralité /polarité /mixité</p>
Industrie touristique (le tourisme est désormais une priorité économique nationale)	<p>Professionnaliser l'offre touristique (Le plan qualité tourisme (PQT))</p> <p>Formation et qualification de la ressource humaine</p>	<p>Technologies de l'information et de la communication (TIC) (e-tourisme)</p> <p>Marketing touristique</p>
Diversifier et dynamiser l'offre touristique nationale ainsi que sa clientèle	Développement de l'événementielle (marketing touristique)	Dynamique urbaine/touristique

Nouvelle territorialité et nouvelle centralité

La stratégie de développement touristique local s'adosse à l'ouverture de l'investissement en masse dans les structures touristiques d'accueil. Cette stratégie vise à rattraper le déficit en lits constituant un handicap majeur à la relance du tourisme local. Elle peut être, à cet égard, expliquée par un enjeu de positionnement et un effort de personnalisation et/ou de démarquage par rapport aux territoires voisins. Pour preuve, les projets récents et ceux en cours sont conçus à la base des structures touristiques de haut standing qui démarquent, jusqu'à présent, Skikda de quelques villes touristiques littorales (ex. Bejaia, Jijel). A ce titre, l'ensemble de ces projets sont le fruit des investissements privés et publics. Dans cette optique, deux catégories d'investisseurs s'unissent à la ville de Skikda, les investisseurs algériens et les investisseurs étrangers. Ces derniers sont d'origine géographique Européenne et de l'arabe oriental. Dans ce sens on assiste depuis 2012 à des unions entre les différents groupes d'investisseurs entre le capital algérien et le capital étranger, représenté par des chaînes hôtelières internationales, dont la mission principale est d'assurer la gestion des structures touristiques et leur promotion à l'étranger. Cette association avec le privé algérien permet d'atteindre une large clientèle à un réseau international.

Cependant, l'associé étranger n'investit que dans les équipements touristiques de luxe. Pour mieux illustrer cette figure d'association nous citons les deux cas de figure suivants. Le premier est la convention entre la chaîne hôtelière française Royal Tulipe et le groupe Ramdani pour la gestion de l'hôtel luxe en 4 étoiles le Royal Tulipe construit en bord de mer de la commune de FilFila (photo n° 1). Sur une surface de 20.000 m², il est mis en service à partir de la deuxième moitié de 2015 et totalise une capacité d'accueil de 5000 lits. Cette infrastructure touristique selon le SDTW, a créé près de 150 postes d'emploi direct et 500 postes indirects. Le deuxième est l'accord entre la chaîne hôtelière espagnole Barcelo Hotels & resorts et l'entreprise algérienne Rania Land pour la gestion du nouvel Hôtel Bordj Skikda El Amine, 4 étoiles construit en plein centre-ville. Il totalise une capacité d'accueil de près de 3500 lits.



Figure n° 6. Hôtel Royal Tulipe (source : Web)

Le troisième est le projet du village touristique de trois étoiles 'Rusica Park'. Il est implanté au niveau de la commune "les Platanes" et totalise une capacité de 1710 lits. Ce projet représente une association d'investissement entre l'Etat algérien et l'Arabie Saoudite, ce foisonnement est cristallisé par la société Algéro-Saoudienne d'Investissement (ASICOM) créée en 2004, mis en chantiers depuis la deuxième moitié de 2014. Selon une logique qui s'inspire fortement de la consistance de la médina, au sens principalement de la hiérarchisation des espaces et des rues ainsi que l'agencement avec la nature topographique du site, ce projet est construit sur une surface de 13 ha. Il contient une panoplie d'activités avec des résidences touristiques totalisant 1371 lits, un hôtel 3 étoiles d'une capacité près de 2500 lits, un parc d'attraction, un théâtre en plein air de 1500 place, un aqua parc (2500 personnes/jour), un parking à étages de 750 places et une multitude de service, à caractère commercial (figure n° 7).

Pour les autres investissements des entreprises algériennes, le plus représentatif est le groupe Ramdani via son projet Aqua Parc Marina d'or (l'extension du Royal Tulipe). Ce projet est réalisé à l'intérieur de la zone d'extension touristique sur une surface de 18000m². Cette même entreprise réalise également un hôtel 3

étoiles au centre-ville de Skikda, et un complexe touristique au niveau du quartier péricentral “Bouyaala”. Parallèlement, d’autres cas d’investissements ont été menés par des petites entreprises sur la côte ouest “l’arbi ben M’Hidi-les platanes”, tels les trois hôtels de moindre gabarit totalisant une capacité de 1200 lits.

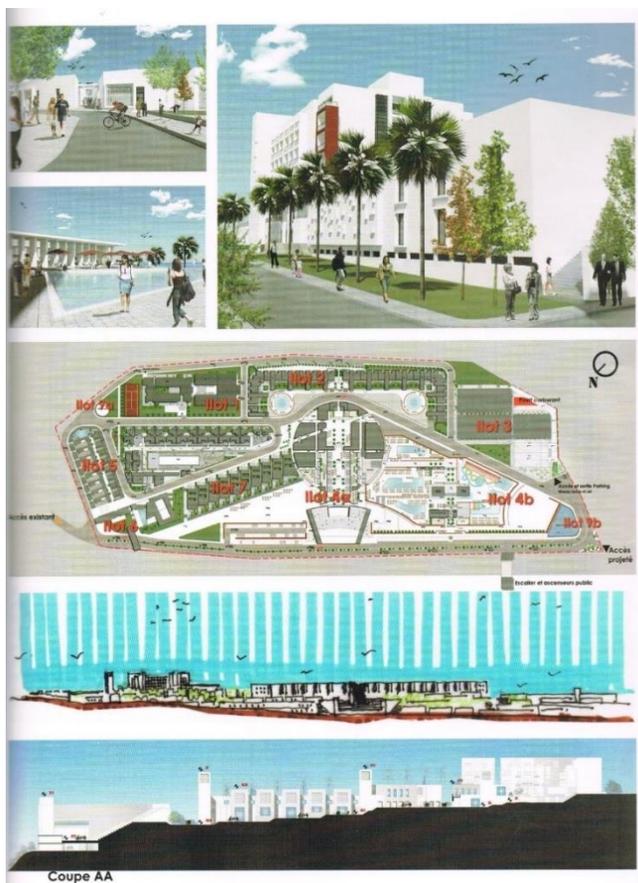


Figure n° 7. Projet village touristique (source : Vie de villes, 2016).

Découplage « tourisme » et « urbain » ; risque de constituer un espace renfermé sur lui-même ?

L’articulation entre le tourisme et l’urbain a fait l’objet de nombreuses publications et débats scientifiques. Nous assistons aujourd’hui à tant de propositions touristiques qui visent à limiter les impacts négatifs des extensions touristiques sur le reste de la trame urbaine (Chalas, 2005). Dans cette optique, si nous nous

référons à la littérature géographique et économique notamment, nous pouvons vite constater une nouvelle stratégie urbaine, tant dans les pays occidentaux ainsi qu'en Tunisie et au Maroc, en quête de dessiner « la mise en tourisme de la ville ». À titre d'exemple, nous citons la recherche et les réflexions développées par Chouiki (2015) pour diagnostiquer les rapports entre le tourisme et l'urbanisme dans le cas Marocain. À l'issue de cette recherche, la question du tourisme n'est pas seulement une donnée économique pour la ville. Les préoccupations liées aux valeurs environnementales, sociales, symboliques et spatiales ont suscité les interrogations sur la manière de penser le tourisme et l'urbanisme.

Dans ce sens, l'auteur s'interroge si l'urbanisme et le tourisme peuvent favoriser une urbanisation mesurée. Ce mariage (tourisme/urbanisme) ne doit-il pas se traduire par de nouvelles façons de penser et de concevoir la ville et l'urbanisme même ? À l'issue de son diagnostic, les extensions touristiques « individualisées », que ce soit des villages touristiques, des stations touristiques, faites sur les extensions périphériques de quelques villes Marocaines (par exemple Agadir) se présentent comme des « Kystes » au sein des villes. Ce processus a fait émerger un espace à deux ordres : ville dédiée aux touristes et ville dédiée au reste de la population. Ces deux entités fonctionnent comme des enclaves urbaines à l'écart du reste de l'agglomération urbaine. Selon l'auteur, cette forme de fragmentation spatiale a participé à donner une opportunité au développement massif de l'habitat clandestin autour des espaces touristiques.

Ces réflexions nous ont aidé à mieux situer la dynamique touristique récente dans la ville de Skikda. Certes, le choix des espaces périphériques pour développer des activités touristiques ne constitue pas, en soi, un problème majeur. Mais le souci d'émergence d'un espace périphérique, dont la grande partie (80 %) est dédiée à l'activité touristique, risque de constituer un bloc séparant l'espace touristique et le reste de la trame urbaine (figure n° 5). Plusieurs aspects renforcent cette forme de ségrégation, nous distinguons principalement :

- D'un côté, la zone industrielle constitue une frontière psycho spatiale séparant la ville de la zone côtière nord-est, ajoute à cela l'inexistence d'une voie côtière reliant directement les deux espaces pour cause des limites de la zone industrielle. Bien que la distance séparant les deux espaces ne dépasse pas 5 km, la nouvelle voie reliant l'agglomération chef-lieu (Skikda) et les platanes en passant par l'Arbi Ben M'Hidi, est conçue d'une façon parallèle à la zone industrielle sur une distance de 27 km. Elle contribue pleinement à écarter la zone touristique du reste de la ville
- De l'autre côté, en raison des possibilités d'extension restreintes, l'espace intermédiaire entre l'Arbi Ben M'Hidi- les Platanes est fortement critiqué, a priori par le plan d'urbanisme directeur (PUD) (fin des années 80), puis a posteriori par le plan directeur d'aménagement et d'urbanisme (PDAU) (1994-2008). Il est considéré frustrant et incapable d'assouvir les besoins sur le long terme puisqu'il est ceinturé par une densité forestière.
- Au sens de l'article n° 4 de la loi relative à la protection et à la valorisation du littoral, la ville doit orienter l'extension des centres urbains existants vers des zones éloignées du littoral et cela fait que la zone limite qu'on souhaite exposer au touriste peut constituer un « enclave » urbain.



Figure n° 8. Situation des projets touristiques par rapport à la ville
(source : Vie de villes, 2016)

Tableau n° 3. Approche AFOM.

Atouts	Faiblesses	Opportunités	Menaces
Un gisement naturel et culturel diversifié	Les sites touristiques sont peu mis en valeur	Une progression constante du nombre de touristes	Evolution faible de nombre de touristes
	Les TIC : une seconde priorité	ZET	Disparités et ruptures sociaux-spatiale (ville dédiée aux touristes et ville des populations endogène)
Développer la centralité urbaine par le tourisme	Aménagement sélectif	Secteur en cours de restructuration	
	Une insuffisance des investissements	Projet touristiques phares porteurs d'une centralité matérielle et symbolique	Des zones touristiques individualisées
Possibilité de concepts thématiques du tourisme	Littoral et ports insuffisamment aménagés (relation ville port...)	Le tourisme est désormais une priorité économique nationale	Menace au développement durable
	Déficit ressenti en matière d'animations et de la mise en scène évènementielle	Intérêt accru porté sur le patrimoine	Accentuation du processus de périurbanisation (émergence de nouveau couloir d'urbanisation)
	Développement touristique en retard	Nouvelles forme d'appropriation d'espace	Des effets sur l'ordre urbain
	Manque de la gouvernance touristique	Polarisation périphérique et métamorphose dans les relations centre-périphérie	Hybridation des zones rurales proches des villes par la diffusion du tourisme
	Tourisme majoritairement excursionniste	Montée en puissance des investissements privés	Réfléchissent des recettes d'hydrocarbures dans le pays
	Une vision ambiguë de la relation urbain tourisme		
	Manque de professionnalisation du secteur touristique		
	Stratégie qui focalise une vision amoindri sur la stratégie d'habiter touristiquement les villes.		

Bibliographie

Boukhmis, K. et Zeghiche, A. (1983). Développement industriel et croissance urbaine : le cas de Skikda, *revue méditerranée*, 27- 34.

Bourdin, A. (2003). Anatomie des nouvelles centralités., dans, *centralité dans la ville en mutation*, CERTU, 39, p. 76-90.

Chalas, Y. (2005). La ville-nature contemporaine, *Annales de la Recherche urbaine*, 98, 43-49.

Chaline, C. (2007). *Les nouvelles politiques urbaines. Une géographie des villes*. Paris : Ellipses.

Chouiki, M. (2015, octobre). *Industrie touristique et patrimoine urbain : quel mariage ? Des exemples du Maroc*, Communication présentée au séminaire international du Tourisme, Urbanisme et Villes en perspective, Constantine, Algérie

Côte, M. (1993). *L'Algérie ou l'espace retourné*. Algérie : Media-Plus.

Côte, M. (2011). L'Algérie, mondialisation et territorialité, *revue méditerranée*, 116, 77-84.

Devisme, L. (2005). *La ville décentrée. Figures centrales à l'épreuve des dynamiques urbaines*. Paris : L'Harmattan.

Duhamel, P. et Knafou, R. (2007). Le tourisme dans la centralité parisienne. Dans Saint-Julien, T. et Le Goix, R. (dir.), *La métropole parisienne, Centralités, inégalités, proximités* (p. 39-62). Paris : Belin.

Marchal, H. et Stébé, J. (2011). *Les grandes questions sur la ville et l'urbain*. Paris : Presses universitaires de France.

Merlin, P. (2015, octobre). *Chances et risques du développement touristique dans les pays du Maghreb (Algérie, Maroc, Tunisie)* » allocution d'ouverture du séminaire international Tourisme, Urbanisme et villes en perspective, Constantine, Algérie.

Les apports entre les transports collectifs en site propre durable et le tourisme dans la ville de Constantine

Imane HARKAT

*LAUTES, département d'urbanisme,
Faculté d'architecture et d'urbanisme,
Université Constantine 3.
Courriel : harkat.imn@gmail.com*

Bouba BENRACHI

*LAUTES, département d'urbanisme,
Faculté d'architecture et d'urbanisme,
Université Constantine 3.
Courriel : bouba.benrachi@univ-constantine3.dz*

Résumé

Avec le lancement du plan de modernisation de la métropole de Constantine (PMMC) en 2007, cette dernière en tant que métropole de l'est algérien a bénéficié de grands projets structurants, dont l'introduction des transports collectifs en site propre (TCSP). Les premières lignes de la télécabine et du tramway ont été réalisées au niveau du centre-ville de Constantine et mises en service respectivement en 2008 et 2013. De plus, en 2014, Constantine a été désignée comme capitale de la culture arabe pour 2016, ce qui a engendré la réalisation de plusieurs projets touristiques et durables dans le secteur du transport. Comme pour toutes les grandes villes, le transport Constantinois a connu une dégradation marquante surtout avec l'apparition de nouvelles zones urbaines. A cet effet, l'introduction de nouveaux modes de transport collectif en site propre favorise l'attractivité et l'image de la ville.

Notre contribution a pour objectif de comprendre quelle est l'interaction entre les nouveaux modes de transports durables, en particulier les transports collectifs en site propre (TCSP) et le tourisme constantinois ainsi que leur impact dans la favorisation du tourisme urbain de Constantine. Par conséquent, une enquête d'ordre quantitatif a été effectuée auprès des usagers des différents

modes de transport, avec un échantillonnage aléatoire de 1000 passagers et à l'aide d'un questionnaire. Les données recueillies ont été interprétées à l'aide du logiciel statistical package for the social science (SPSS) et les 1000 usagers interrogés ont été repérés au niveau des points d'arrêts.

Le contenu de la présente contribution s'appuie d'une part sur une analyse spatiale des équipements touristiques desservis par les TCSP tout au long du corridor de la première ligne du tramway et de celle de la télécabine de Constantine, et d'autre part sur la discussion des résultats des enquêtes effectuées sur les deux sites en 2015.

Mots clés : *Transport collectif en site propre (TCSP), durabilité, tourisme, urbain, Constantine.*

I. Introduction des TCSP à Constantine : un enjeu de la durabilité

Les dernières années ont connu une tendance particulière d'intérêt aux transports collectifs en site propre (TCSP) dans les villes maghrébines notamment en Algérie. Ce sont des projets structurants qui s'inscrivent dans le cadre du développement durable.

Les projets de TCSP sont tous des projets de transport en commun qui roulent sur un espace qui leur est prioritairement réservé. Un TCSP peut être un Tramway, un Bus à Haut Niveau de Service (BHNS), un Tram, un Train ou encore un métro (Matta, 2015). L'objectif principal des TCSP est d'adoucir et de simplifier les transports urbains au sein des villes. Les TCSP offrent une capacité de desserte rapide tout au long du parcours.

Le Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques CERTU (2009) nous propose la définition suivante : "On entend par TCSP un système de transport public utilisant majoritairement des emprises affectées à son exploitation et fonctionnant avec des matériels allant du bus au métro".

Depuis plusieurs décennies, la ville de Constantine a connu un étalement urbain vers d'autres communes limitrophes, ce qui a entraîné la création de nouvelles villes et des villes satellites. Entre 2008 et 2015, la population du groupement de Constantine a évolué, en particulier celle de la commune d'El-Khroub qui a connu un accroissement très intéressant dû au développement rapide des deux nouvelles villes (Ali Mendjeli et Massinissa) qui sont presque devenues affiliées à la ville mère.

Le système des transports collectifs urbains (TCU) à Constantine semble inadapté et insatisfaisant aux besoins de déplacement de la population, car, avec le développement rapide du tissu urbain de l'agglomération de Constantine (voir Graphique 1), les exigences de déplacement sont devenues de plus en plus importantes, et la mobilité a évolué d'une manière progressive et diversifiée (direction de transport de la wilaya de Constantine [DTWC], 2013).

Aussi avec la destruction des infrastructures et la dégradation massive des moyens de transport collectif urbain, l'état a été obligé de mettre un nouveau plan de déplacement urbain avec l'introduction des nouveaux modes de TCSP de plus grande capacité et qui attire les usagers. La réalisation du pont géant pour désengorger le centre-ville et celle de l'autoroute est-ouest jouent un rôle primordial dans la circulation intercommunale et inter-wilaya.

Population groupement	2015	2008
Constantine	483917	448374
El-Khroub	348709	179033
Ain Smara	51093	36998
Hamma Bouziane	102549	79952
Didouche Mourad	56805	44951

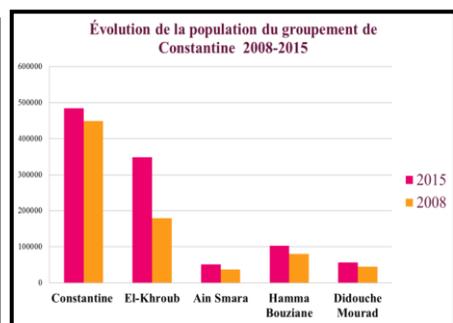


Tableau 1 et Graphe 1. Evolution de la population du groupement de Constantine 2008-2015 (source : RGPH, 2008, donné office national des statistiques, 2015 et Harkat, 2016)

Les transports en commun en site propre (TCSP) apparaissent comme l'élément structurant des agglomérations et des villes en vue d'une durabilité. Aussi leur ambition est d'offrir davantage de vitesse, de confort, de fréquences, d'intermodalité, de sécurité, d'accessibilité et de connectivité.

Avec le réchauffement climatique, les pays développés et en voie de développement se sont tournés vers les modes de transport durable, économique et touristique. Constantine a alors introduit un transport en commun en site propre (TCSP), comme un des grands projets structurants qui rentrent dans son plan de modernisation en tant que métropole (Benidir, 2007). Les TCSP respectent les facteurs de la durabilité, à savoir le tramway pour le transport de masse d'une part, et la télécabine pour le transport complémentaire d'autre part. De plus, leur introduction permet de désengorger le centre-ville, revaloriser l'image de la ville, favoriser l'amélioration de l'environnement et revitaliser les centres urbains périphériques ou les quartiers disqualifiés.

- Le tramway de Constantine tout en respectant les normes internationales dans sa réalisation, dessert les meilleurs projets architecturaux de la ville, à savoir ; l'université des frères Mentouri d'Oscar Niemeyer, l'hôtel Marriott, la maison de la culture Malek Haddad, l'université islamique et la grande mosquée Emir Abdelkader et le stade Ben Abdelmalek Ramadane.
- La télécabine à vocation touristique, tout en jouant le rôle de transport, franchit une des splendeurs du site de la ville de Constantine représentée par les gorges du Rhumel et reliant les deux parties de la ville Est et Ouest.

II. Impact des TCSP sur le tourisme de Constantine

L'impact de ce nouveau mode de transport en site propre est triple ; économique, social et environnemental. D'une manière générale, les transports sont les principaux postes d'émission des GES (gaz à effet de serre) et parallèlement ils sont étroitement liés à la croissance économique, d'où la difficulté d'en maîtriser les évolutions tendanciennes. Ils constituent de ce fait un élément majeur du débat sur la durabilité.

Ce système économique de transport est englobé dans plusieurs environnements, imbriqués les uns dans les autres, suivant la théorie des trois sphères de René Passet (1996): d'abord dans l'environnement économique général, car les transports servent essentiellement au fonctionnement de l'économie, puis dans l'environnement social, l'économie étant une activité sociale parmi d'autres ; et enfin dans l'environnement naturel qui sert de base pour l'ensemble des activités humaines.

La durabilité soutient un changement de paradigme se produisant dans la planification des transports (Société d'exploitation des Tramways [SETRAM], 2015). Tout d'abord, le transport a été évalué principalement en termes de déplacement (mouvement physique) ; aujourd'hui il est, de plus en plus, concerné par la mobilité et l'accessibilité (la capacité des gens à obtenir des biens et des services souhaités). De nombreux facteurs influent sur l'accessibilité, y compris le déplacement et l'utilisation des sols (la localisation des activités).

Le tourisme est une forme de mobilité et on ne peut le comprendre sans faire appel à l'évolution des transports. En organisant la mise en distance des lieux touristiques les uns des autres et par rapport aux foyers émetteurs de touristes, les transports éclairent la diffusion du tourisme aux différents niveaux géographiques (Gay, 2006). De ce fait, les TCSP entre autres, le tramway et la télécabine de Constantine ont un enjeu majeur sur la durabilité et un impact direct sur le développement touristique de la ville.

II.1. Apport du tramway sur le tourisme

II.1.1. Présentation de la première ligne du tramway et les équipements touristiques desservis

Le tramway de Constantine, mis en service le 4 juillet 2013, est un moyen de transport en commun en site propre (TCSP) qui franchit la ville de Constantine avec un premier tronçon de 8,1 kilomètres comprenant 10 stations entre la cité Zouaghi Slimane et le stade Ben Abdelmalek Ramadan. Il sillonne Constantine du Nord au Sud, enjambant le Rhumel par la création d'un viaduc d'environ 500 m de long reliant la zone industrielle à l'université Mentouri (DTWC, 2015).

C'est un élément d'avenir déterminant pour l'évolution des moyens et pratiques de déplacement sur le territoire urbain de la métropole constantinoise, en améliorant significativement l'offre des transports en commun sur un corridor qui absorbe l'essentiel des déplacements quotidiens au sein de la ville (figure 1).

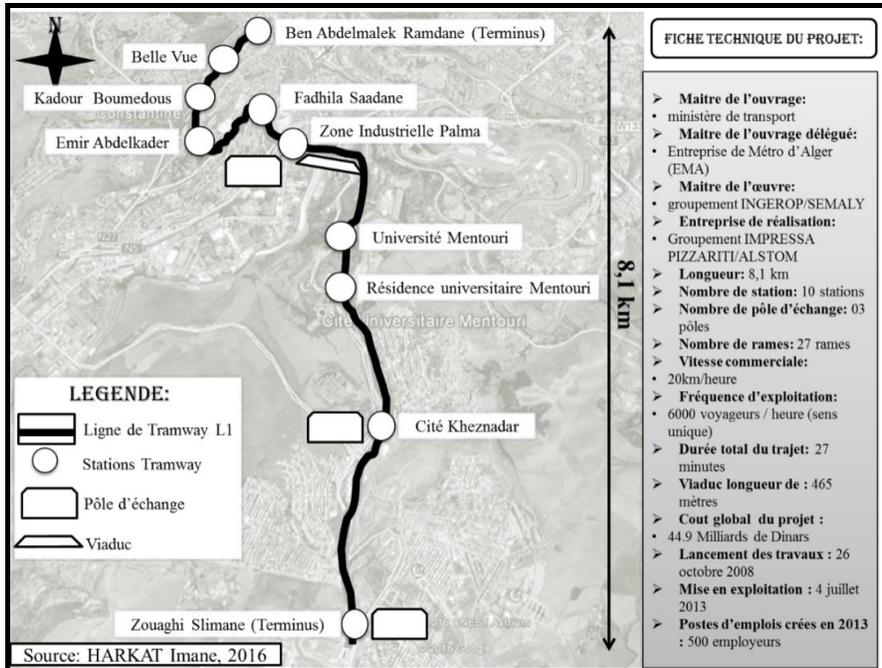


Figure 1. Fiche technique et tracé de la première ligne du tramway de Constantine (source : Harkat I., 2016)

Le tramway de Constantine, qui dessert actuellement les équipements cités ci-dessous, marque le tourisme par leurs architectures et leurs historiques (figure 2) en jouant un rôle très important dans la valorisation touristique de la ville.

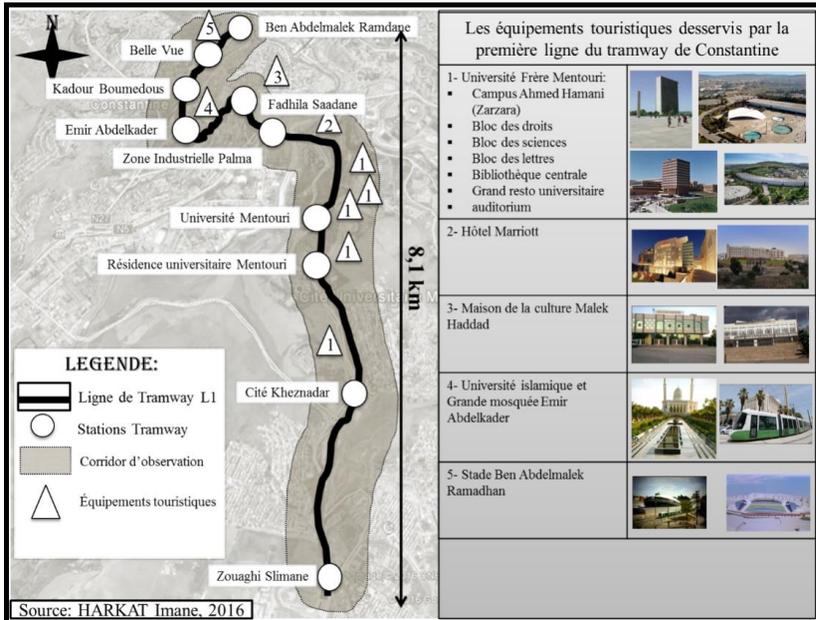


Figure 2. Les équipements touristiques desservis par la première ligne du tramway (source : Harkat I., 2016)

L'université Frère Mentouri : conçue par le célèbre architecte brésilien «Oscar Niemeyer» avec des formes géométriques exceptionnelles, est l'une des premières universités de l'Algérie indépendante inaugurée en 1971. Une conception permettant de réunir dans son enceinte différentes constructions modernes, à savoir ; la tour centrale composée de 21 étages et qui est toujours omniprésente au niveau du paysage urbain de Constantine (Photo1), le bloc des lettres, le bloc des sciences, la bibliothèque centrale, l'auditorium et le grand restaurant universitaire (Photos 2 et 3).



Photo 1. Tour administrative de l'université frères Mentouri (cl. Harkat I., 2016)



Photo 2. Vue sur l'auditorium et le bloc des sciences de l'université frères Mentouri (cl. Harkat I., 2016)



Photo 3. Vue sur le bloc des lettres et le restaurant de l'université frères Mentouri (cl. Harkat I., 2016)

Hôtel Marriott : Inauguré en 2015 et réalisé à côté de l'université Mentouri dans le cadre de Constantine capitale de la culture arabe 2016, sa construction relève de la chaîne internationale Marriott (Photos 3 et 4).



Photo 4. L'hôtel Marriott (cl. Harkat I., 2016)



Photo 5. Vue nocturne de l'hôtel Marriott (cl. Harkat I., 2016)

La Maison de la culture Malek Haddad : a été réhabilitée pour accueillir l'évènement « Constantine capitale de la culture arabe 2016 », avec des espaces aérés et confortables, des ateliers, des salles de conférences et des halls d'exposition (Photo 6).



Photo 6. Maison de la culture Malek Haddad (cl. Harkat I., 2016)

La mosquée Emir Abdelkader et l'université islamique : Constantine compte plus d'une centaine de mosquées. La mosquée Emir Abdelkader, inaugurée en 1994, est la onzième plus grande mosquée du monde accueillant près de 15000 fidèles. Elle est très impressionnante tant par ses dimensions, que par la beauté de son architecture et la richesse de sa décoration (Photos 7 et 8).



Photo 7. La grande mosquée Emir Abdelkader (cl. Harkat I., 2016)



Photo 8. Le passage du tramway à côté de la grande mosquée Emir Abdelkader (cl. Harkat I., 2016)

L'université Emir Abdelkader qui fait suite à la mosquée, sa construction est collée à celle-ci et se compose de trois niveaux avec ses différents espaces d'enseignement (Photo 9).

Photo 9. L'université islamique Emir Abdelkader (cl. Harkat I., 2016)



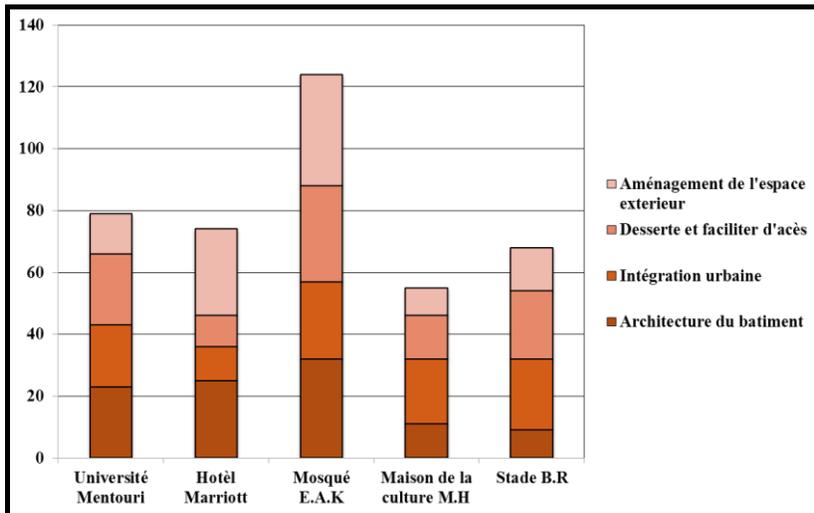
Stade Ben Abdelmalek Ramadane : Soulignant l'impact de ce stade dans la redynamisation de la vie sportive dans la wilaya, cette infrastructure réhabilitée suivant les normes internationales, est une autre fierté pour Constantine qui est connue par son passé glorieux dans le domaine du sport. D'une capacité de 13000 places, il est situé en plein cœur de la ville de Constantine. Il a été le théâtre de plusieurs rencontres mémorables de l'équipe nationale de football (Photo 10).



Photo 10. Stade Ben Abdelmalek Ramadane (cl. Harkat I., 2016)

II.1.2. Degrés d'attractivité visuelle du corridor desservis par le tramway

L'enquête sur terrain effectuée auprès des usagers de TCSP - entre autre le tramway- qui avait pour objectif de saisir le degré d'attractivité visuelle de chaque équipement touristique, s'est basée sur quatre facteurs à savoir ; l'architecture du bâtiment, l'intégration urbaine, la desserte et l'accès facile et l'aménagement de l'espace extérieur (Graphique 2).



Graphique 2. Degré d'attractivité visuelle des équipements touristiques desservis par le tramway (source : enquête de terrain, 2015)

Ce graphique dénote que le tramway de Constantine dessert tout au long de son corridor des équipements touristiques avec un degré d'attractivité visuelle très intéressant qu'il soit au niveau de l'architecture du bâtiment, ou bien de l'aménagement des espaces extérieurs, tels que, la mosquée et l'université Emir Abdelkader qui marque le centre-ville par ses minarets joue un rôle primordial dans le contraste de la ville nocturne.

II.1.3. Les projets d'extension de la ligne du tramway et les équipements desservis

D'après les études de la société d'exploitation du tramway (SETRAM) (2016), trois lignes d'extensions sont programmées pour la prolongation de la ligne du tramway allant vers la nouvelle ville Ali Mendjeli, l'aéroport Mohamed Boudiaf et la ville d'El Khroub (figure 3).

La première ligne d'extension mise en chantier est la deuxième extension (L2) entre la station terminale de la cité Zouaghi et la nouvelle ville Ali Mendjeli, dont le chantier s'est engagé il y a quelques mois et sa finalisation est prévue pour l'année 2019 après trois années de travail.

Ces trois lignes d'extension desserviront les équipements principaux de la wilaya de Constantine, tels que ; la ville universitaire UC3 Salah Boubnider, le boulevard principal de la ville nouvelle Ali Mendjeli, le centre commercial Ritadj Mall, l'université 2 Abdelhamid Mehri, la salle de spectacle Salah Bey « Zénith » et l'aéroport Mohamed Boudiaf.

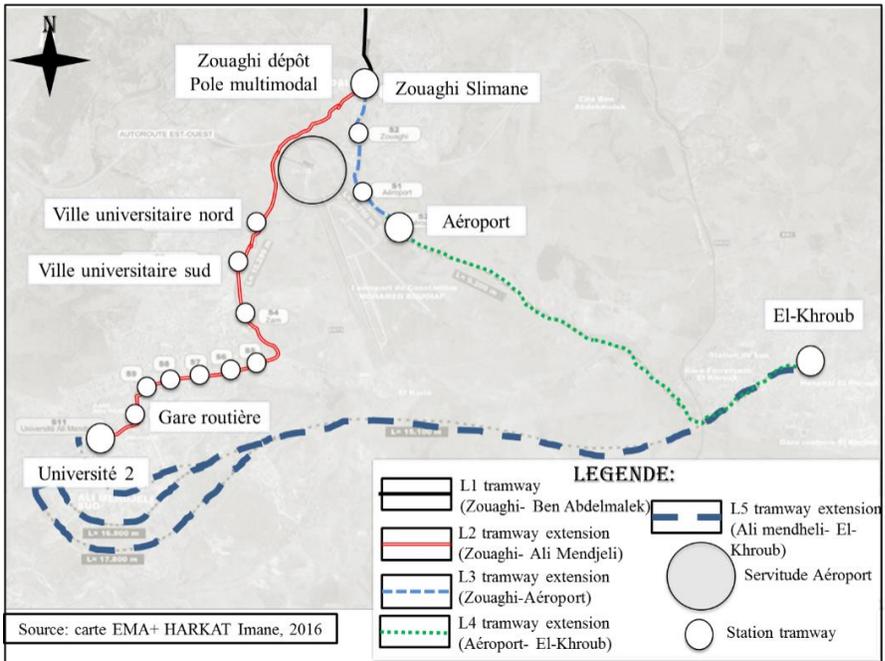


Figure 3. Projets d'extensions du tramway de Constantine (source : SETRAM, 2015, Harkat I., 2016)

II.2. Apport de la télécabine sur le tourisme

II.2.1. Présentation de la première ligne de la télécabine et les sites touristiques desservis

Le projet de la télécabine de Constantine a été inscrit dans le cadre du développement touristique et de valorisation de l'image de la ville, par rapport aux sites traversés et la splendeur du rocher. Il a été mis en service le 5 juin 2008. Cependant, après son fonctionnement, il est devenu un moyen de transport d'un succès remarquable par rapport à la fréquentation croissante des habitants,

qui souffraient d'un manque de moyen de déplacement de leurs lieux de résidence vers le centre-ville et vice versa.

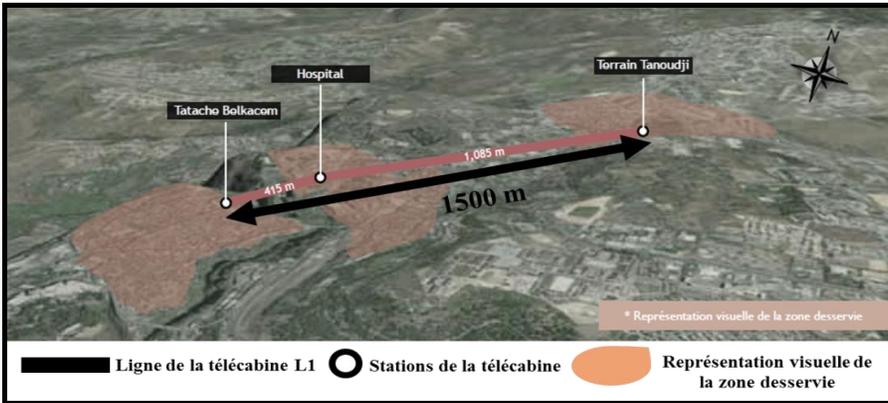


Figure 4. Trajet de la télécabine de Constantine (source : Harkat I., 2016)

La télécabine de Constantine est un appareil de transport en commun à mobilité durable en site propre qui traverse les gorges de l'Oued le Rhumel pour relier la partie Est de la ville, au niveau de la place Tatache Belkacem (ex-rue Thiers), à la partie Ouest au niveau de la cité Emir Abdelkader, en passant par l'hôpital CHU Ben Badis (figure 4).

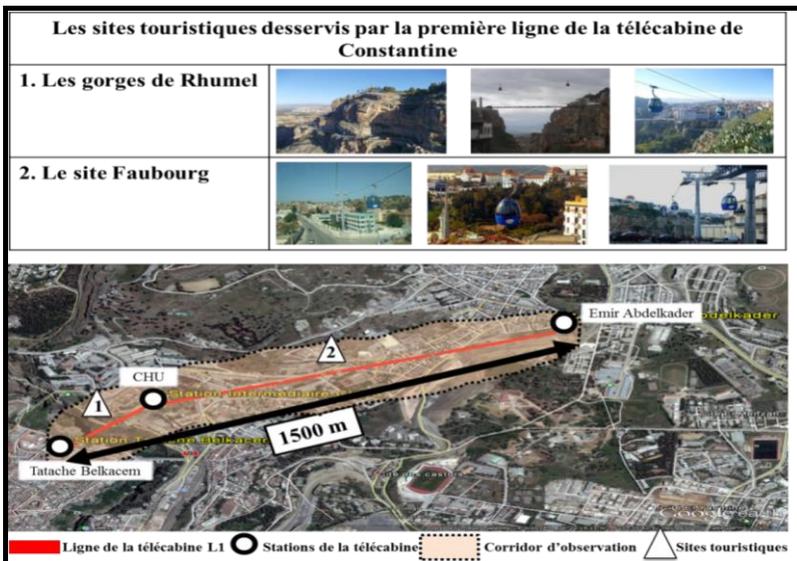


Figure 5. Les équipements touristiques desservis par la première ligne de la télécabine (source : Harkat I., 2016)

Les gorges de Rhumel

Compte-tenu du dénivelé et du survol des gorges de l'Ouedle Rhumel (Photos 11 et 12), l'option du transport par câble était la meilleure solution pour exploiter la majesté et la splendeur unique de ce site.



Photo 11. Les gorges de l'Oued le Rhumel (cl. Harkat I., 2016)



Photo 12. La traversée de l'Oued le Rhumel par la télécabine (cl. Harkat I., 2016)

Le site Faubourg

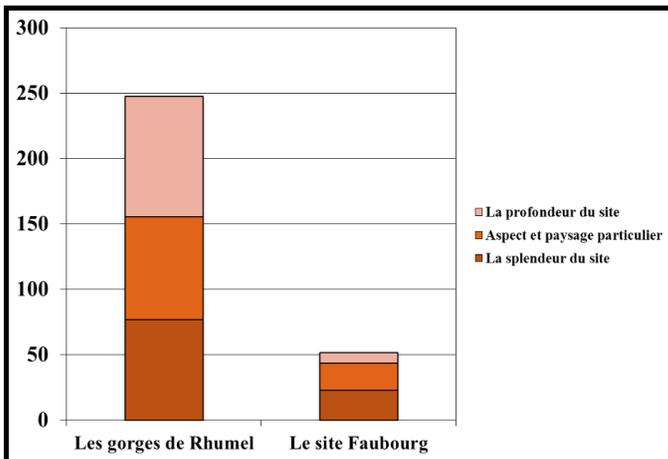
C'est un quartier d'une population importante qui fréquente le centre-ville quotidiennement, et qui est mal desservi en matière de transport urbain en vue de sa situation et de la nature de site. A cet effet, la télécabine représente la solution pour ses problèmes.



Photo 13. Le passage de la télécabine au-dessus du quartier Faubourg (cl. Harkat I., 2016)

II.2.2. Degré d'attractivité visuelle du corridor desservi par la télécabine

L'enquête sur terrain effectuée auprès des usagers de TCSP -entre autre la télécabine- qui avait pour objectif de saisir le degré d'attractivité visuelle de chaque site touristique desservi, s'est basée sur quatre facteurs à savoir ; la splendeur, l'aspect, le paysage particulier et la profondeur du site (Graphique 3).



Graphique 3. Degré d'attractivité visuelle des sites touristiques desservis par la télécabine (source : enquête de terrain, 2015)

Ce graphe dénote que la télécabine de Constantine dessert tout au long de son corridor des sites touristiques avec un degré d'attractivité visuelle très intéressant au niveau de leur splendeur, tels que les gorges de l'Oued le Rhumel qui cernent la ville de

Constantine sur ses limites orientales et qui ne sont pas des gorges ordinaires. D'abord par leur importance, leur profondeur, leur aspect et paysage particulier, il s'agit d'un site unique au monde qui confère son originalité à Constantine, dont l'histoire est étroitement liée à celle du Rhumel et conditionnée par elle.

II.2.3. Les projets d'extension de la ligne de la télécabine et les sites desservis

Deux projets de lignes d'extension de ce mode de transport sont proposés pour desservir la placette Krikri et la cité Deksi ainsi que la station Boumezou et Bekira (figure 6). Cependant, l'état a obligé les ministères à geler ses opérations d'extension à cause de la crise économique de ces derniers temps en attente des jours meilleurs.

Ligne 1 : Station Boumezou (Centre-Ville) - Sidi M'cid - Cité Bekira.

Ligne 2 : Place Kerkeri (Centre-Ville) - Sidi Mabrouk– Cité Daksi.

Les deux lignes d'extension devront desservir des sites qui représentent des altitudes remarquables de la structure du centre-ville.

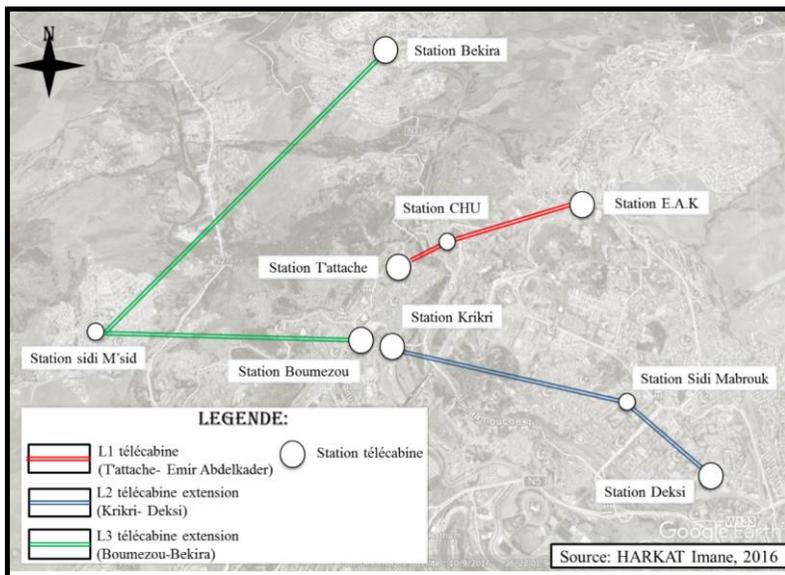


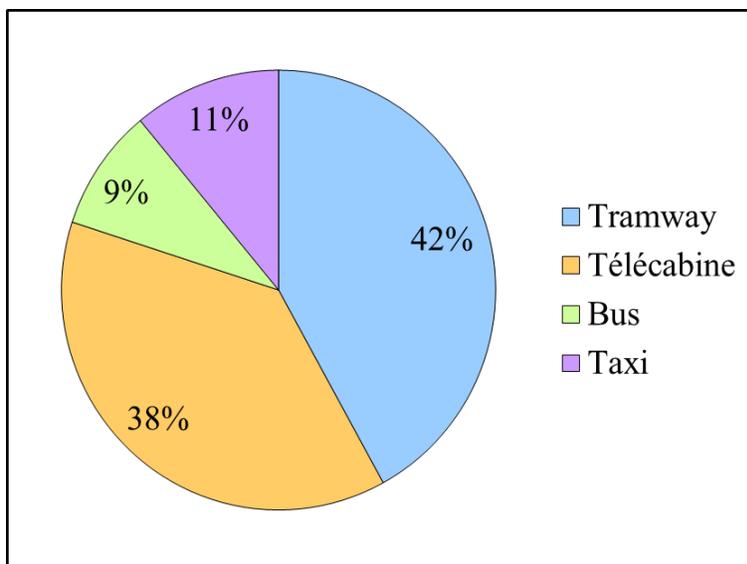
Figure 6. Projets d'extensions de la télécabine de Constantine (source : Harkat I., 2016)

III. Analyse et discussion des résultats d'enquête

L'étude des deux modes de transport a pour but de saisir la perception des usagers des TCSP et d'évaluer leur apport dans la valorisation de l'image touristique de la ville de Constantine. De même les enquêtes effectuées sur les deux sites ont permis d'obtenir les résultats suivants :

III.1. L'influence sur l'image de la ville

- La majorité des personnes interrogées sur le type de transport le plus influant par son design et sa traversée sur l'image de la ville a signifié que le tramway (42 %) et la télécabine (38 %) (Graphique 4) sont les moyens de transport collectifs les plus influents sur l'image de la ville de Constantine par rapport aux autres moyens de transport en commun tels que ; les bus (9 %) et les taxis (11 %).

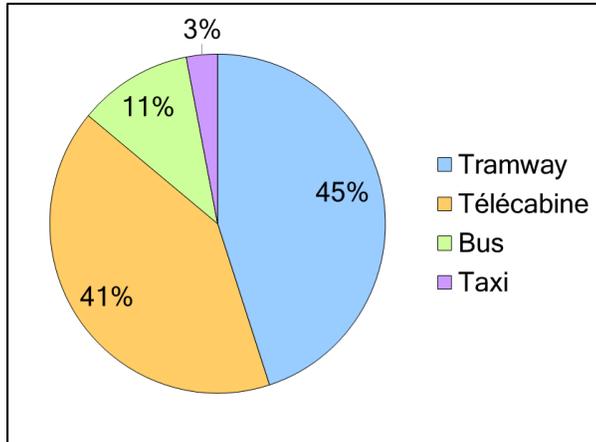


Graphique 4. Influence des moyens de transport sur l'image de la ville (source : enquête de terrain, 2015)

III.2. La desserte touristique

- La plupart des usagers interrogés sur le moyen de transport qui dessert les meilleurs lieux touristiques du centre-ville, a répondu que le tramway (45%) et la télécabine (41%) (voir

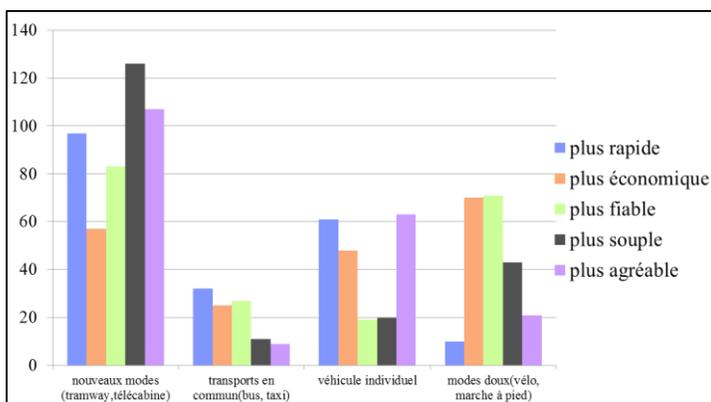
Graphique 5) sont des TCSP qui franchissent les meilleurs lieux touristiques en traversant des paysages agréables dans leurs itinéraires.



Graphique 5. Les moyens de transport desservant les meilleurs lieux touristiques (source : enquête de terrain, 2015)

III.3. Le mode de transport le plus durable

Un grand nombre d'entre eux a indiqué que le mode de transport le plus rapide, économique, agréable, souple et fiable sont les nouveaux modes (tramway et télécabine) avec un pourcentage de 47%, puis viennent les modes doux (vélo, marche à pied) à raison de 22%, ensuite le véhicule individuel avec 21% et enfin les transports en commun (bus, taxi) avec un pourcentage de 10% (Graphique 6).



Graphique 6. Le mode de transport le plus durable (source : enquête de terrain 2015)

En conclusion, et selon les enquêtes menées sur ces TCSP, l'aménagement des lignes et axes par ces nouveaux modes montre Constantine sur ses aspects les plus attractifs.

En effet, Constantine a eu la chance d'exploiter ces modes de transport en commun en site propre qui marquent le centre-ville et révèle l'architecture majestueuse de ses équipements touristiques ainsi que la splendeur de son site et paysages. Ces nouveaux modes de transport, durable et écologique, ont effectivement un impact touristique sur la valorisation de l'image de la ville.

Conclusion

Le développement des réseaux de transports collectifs urbains et périurbains constitue une action prioritaire pour l'état et les collectivités locales de la wilaya, afin de répondre aux objectifs de développement durable, de soutien à l'économie dans le secteur des transports et de désenclavement des quartiers de la ville. Il permet à la fois de réduire la pollution et les émissions de gaz à effet de serre, en aidant au report modal de la voiture particulière et les transports collectifs urbains (TCU) vers des modes de transport collectif en site propre plus responsable, et de lutter contre la congestion urbaine.

Bibliographie

Acherard, S. (2007). *Métropolisation et territoires préférentiels de la mondialisation en Algérie, Le cas de Constantine*, Thèse de Magistère, Université Mentouri Constantine, Algérie). Url : <http://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/ACH4216.pdf>

Benidir, F. (2007). *Urbanisme et planification urbaine : le cas de Constantine* (Thèse de doctorat, Université Mentouri Constantine, Algérie). Url. : <http://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/BEN4966.pdf>

Bonnafous, A. (1999). *Les transports et l'environnement*. Paris : La documentation française. Url. : http://www.side.developpement-durable.gouv.fr/EXPLOITATION/DEFAULT/doc/IFD/I_IFD_RE FDOC_0044137

Centre d'études sur les réseaux, les transports, l'urbanisme et les constructions publiques [CERTU]. (2009). *Mobilités et transports: tramway et bus à haut niveau de service en France : domaines de pertinence en zone urbaine, Fiche 12*. [http://www.territoires-ville.cerema.fr/IMG/pdf/fiche_CERTU_LepointSur_pertinence_TC SP_cle5e1217.pdf](http://www.territoires-ville.cerema.fr/IMG/pdf/fiche_CERTU_LepointSur_pertinence_TC_SP_cle5e1217.pdf)

Direction du transport de la wilaya de Constantine (2013). *Rapport : étude du plan de transport de voyageurs dans l'agglomération de Constantine*.

Direction du transport de la wilaya de Constantine (2015). *Rapport : étude du plan de transport de voyageurs dans l'agglomération de Constantine*.

Gay, J-C. (2006). Transport et mise en tourisme du monde. *Collection EDYTEM - Cahiers de Géographie - n°4*. Url. : http://www.mgm.fr/ARECLUS/page_auteurs/Gay40.pdf

Kaghouché, M. (2010). *L'impact du tramway de Constantine sur l'image de la ville à travers l'aménagement des espaces urbains extérieurs sur son parcours*, Thèse de Magistère, Université Mentouri Constantine, Algérie).

Url. :

<http://bu.umc.edu.dz/theses/architecture/KAG5593.pdf>

Matta, Z. (2015). Les TCSP : Transports en commun en site propre : une nouvelle dynamique d'aménagement urbain des agglomérations. *Sciences de l'Homme et Société HAL Id : dumas-01112652*. Url. : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01112652>.

Merlin, P. (2012). *Transports et urbanisme en Ile-de-France*. Paris : Direction de l'information légale et administrative.

Office national des statistiques. (2008). *Rapport : recensement générale de la population et de l'habitat de la wilaya de Constantine*. Url. : http://www.ons.dz/IMG/pdf/armature_urbaine_2008.pdf

Passet, R. (1996). *L'économie et le vivant*. Paris : Economica, 2e édition.

Société d'exploitation des Tramways (2015). *Rapport : statistiques exploitation de la première ligne du tramway de la wilaya de Constantine*. Url. : <https://www.setram.dz/site/fr>

Woessner, R et Lanneaux, A.R. (2012). Territoires et Transports en Commun en Site Propre : réalisations, limites et perspectives. *Revue Géographique de l'Est*, 52 / 1-2 | 2012. Url : <https://rge.revues.org/3496>

La mise en tourisme des médinas maghrébines: Le souk du vieux Ténès entre dégradations et perspectives de développement touristique durable

BENEDJMA Iqbal

Université de Constantine 3.

Courriel : Iqbal.benedjma@univ-constantine3.dz

MAHIMOUD Aissa

Université de Constantine 3.

Courriel : mahimoud58@yahoo.fr

Résumé

Dans les pays du Maghreb, les centres historiques arabomusulmans (les médinas) représentent de grandes valeurs patrimoniales, sociales et économiques. Elles marquent l'histoire du peuple, et préservent les caractéristiques du mode de vie des ancêtres, ce qui représente des opportunités pour un tourisme culturel durable. A cet égard, la vieille ville de Ténès, édifiée au 10^{ème} siècle par les marins andalous pour être un souk, a pu préserver son aspect médinois pendant plusieurs siècles, quoique son caractère commercial attractif et identitaire ait fortement dégradé sous l'effet des mutations socio-économiques. Le centre commercial de la médina et son cœur battant a subi plusieurs dégradations. Le présent travail a pour objectif d'analyser l'état des lieux de cet espace et de présenter des scénarios de sa revitalisation dans le cadre du tourisme culturel durable, à la lumière des expériences maghrébines, et des politiques urbaines nationales, territoriales et locales.

Mots clés : *tourisme culturel durable, vieux Ténès, médina maghrébine, souk*

Introduction

Notre recherche a comme objectifs la connaissance du souk du vieux Ténès et de son histoire, et connaître sa typologie par rapport aux souks des médinas maghrébines, ainsi que découvrir les raisons de sa dégradation, et ensuite, trouver les meilleures procédures de revitalisation du souk du vieux Ténès dans le cadre du tourisme culturel durable. À ce titre, on se pose les questions suivantes :

- Y avait-il vraiment un souk à vieux Ténès ? Quels étaient son emplacement et sa typologie?
- Quelles sont les stratégies mises en place pour promouvoir la mise en tourisme durable du souk et quels sont les enjeux et les perspectives ?

À travers le dépouillement des écrits anciens des géographes arabe et français, l'analyse typologique et morphologique va nous permettre de situer le souk du vieux Ténès par rapport aux typologies des souks dans les médinas maghrébines et ensuite connaître son état des lieux à travers l'observation directe sur le site, ce qui nous a permis de découvrir les raisons de sa dégradation. Et ensuite, trouver les meilleures procédures de revitalisation du souk du vieux Ténès dans le cadre du tourisme culturel durable tout en faisant participer les habitants dans le processus.

I. Les souks des médinas maghrébines

Aujourd'hui et avec l'élargissement de la notion du patrimoine, les médinas maghrébines après leur marginalisation pendant la période coloniale, ont obtenu une nouvelle signification. Les habitants ont commencé à chercher les éléments qui constituent leur identité et qui présentent des dimensions symboliques et nostalgiques face à un environnement de répétition et de standardisation. Pour cela les autorités ont commencé à entreprendre des actions de sauvegarde et de mise en valeur des centres historiques dont l'objectif est la conservation de ce patrimoine pour mieux le transmettre aux générations futures.

Dans une médina maghrébine, les souks sont les fêtes des sens, le plaisir de la ville et les espaces par lesquels la ville respire, et expose son image, son identité et sont les témoins de l'histoire de la médina et les empreintes des civilisations. Avec le mouvement du tourisme culturel, les médinas maghrébines ont commencé à être de

plus en plus des pôles d'attraction touristique, les touristes cherchent les endroits qui présentent à la fois une rareté et une authenticité, et à partir de là, le tourisme culturel dans les pays du Maghreb est considéré comme un facteur essentiel pour le développement des villes historiques.

1.1. Le Souk

Le mot *sûq* viendrait de l'akkadien *sûqu* qui désignait «assez vaguement, les rues et l'ensemble des voies publiques,». Dans les pays du Maghreb, le marché s'appelle "souk", c'est un espace où se rencontrent périodiquement les habitants d'une ville ou d'une région. Ils y procèdent à des échanges de marchandises, mais également d'information, des négociations... (Mermier, 2014)

Nous pouvons distinguer une certaine classification des souks selon différents critères :

- La temporalité
- L'espace géographique

Nous pouvons distinguer trois types de souks : le souk principal, le souk de quartier (*souika*), le souk de banlieue, le premier est situé en général dans le centre ancien de la ville et il regroupe le commerce de détail et de gros généralement les produits importés ou produits localement, le souk du quartier où la *souika* servait l'approvisionnement des habitants en matière de besoins quotidiens, le souk des banlieues n'est qu'un cas particulier.

1.2. Le Petit marché (*s'wiqa*)

Ce terme désigne en arabe « Le petit souk », c'est un petit marché primitif de redistribution, les résidents du quartier achètent ce dont ils ont besoin, y compris les marchandises générales et les choses. *"Sont parmi les espaces les plus charmeurs et ont toujours représenté le cœur de la vie citadine, le principal lieu de liberté où une multitude de personnes défile sous les auvents de fortune réalisés avec des stores, des tentes, et des claies qui protège du soleil."* (AbdEssattar, 1988).

1.3. La RAHBA (*errahba*)

Elle est le seul lieu vaste et public de la ville. Ce dernier aspect correspond peut-être au second nom du souk: *Rahba* qui désigne en arabe un lieu vaste. (Benyoucef et Claval, 1983)

elle n'a pas seulement un rôle économique, mais elle est aussi un lieu de rencontres pour la population exclusivement masculine. Ce dernier aspect correspond peut-être au second nom du souk: Rahba appelée grande place dans les cités musulmanes (Koufa, Bassra en Iraq).

1.4. La KISSARIA

Le nom de Kissaria signifiait, dans le langage courant du Maghreb, une agglomération de boutiques, un quartier marchand. C'est une rue à vocation commerçante, nous y trouvons maroquinerie, dinanderie (sculpture sur bois), bijouterie, vêtements de laine, burnous, marchands de tissus et de soierie et le tapis traditionnel. Dans de petits ateliers, des tisserands confectionnent des couvertures aux dessins géométriques, en coton et aux divers coloris.

1.5. Le Fondouk

Le terme Fondouk est d'origine grecque, c'est un ensemble architectural avec une cour centrale et un portique, appelé aussi : « Wakala » en Tunisie « Samsara » au Yémen. Il a des fonctions multiples et peut servir d'hôtel pour loger les personnes et les animaux, ou de dépôts de marchandises pour le commerce en gros et commerce international et d'ateliers d'artisanat et de petite industrie, comme le khân. Il peut désigner également les auberges situées le long des grandes voies de communication pour le repos et la protection des caravanes (Mantran, 2015).

2. La morphologie des souks dans les médinas

Grâce à leur place dans les médinas, les souks sont devenus l'élément le plus caractéristique de la cité musulmane. ... Un grand marché couvert permanent dont les différents membres sont très spécialisés : étoffes, parfums, épices, babouches, selles, tapis, etc. "(Van der Meerschen, 1987)

Les souks dans les grandes médinas constituaient une unité autonome avec leurs propres portes que l'on ouvre le matin et que l'on ferme le soir

D'une manière générale, il existe une forte relation entre la grande mosquée de la médina et le souk qui occupent éventuellement un

espace central, mais parfois on trouve d'autres médinas côtières qui échappent à cette règle, où la zone centrale se rapproche vers le port commercial.

2.1. L'organisation spatiale des souks

Les souks se composent éventuellement par trois espaces essentiels :

2.1.1. L'espace de vente

L'espace de vente se compose de linéaires de cellules qui se font face. Les cellules sont de dimensions assez réduites et en général surélevées par rapport au niveau de la voirie (Van der Meerschen, 1987)

2.1.2. L'espace de production

L'espace de production, d'une manière générale et pour la plupart des produits, se trouve dans la même enceinte de souk, il est soit de forme linéaire continue comme l'espace de vente, ou bien organisé autour d'une cour, ce cas-là s'appelle un fondouk à vocation artisanale et il est généralement à deux niveaux.

2.1.3. L'espace de circulation

L'organisation de ces éléments se fait par un espace de circulation qui fait la différenciation entre la circulation des clients et la circulation de service

2.2. Les Souks et les Souikas

Les Souikas ou les petits souks représentent le prolongement naturel des souks le long des voies principales et parfois jusqu'aux portes de la ville.

II. Le souk du vieux Ténès

Présentation de la ville de Ténès

La ville de Ténès est une ville côtière qui est située au nord de l'Algérie à 246 km à l'ouest d'Alger , et a 204km à l'est d'Oran donc elle est à mi-distance entre les deux métropoles de l'Algérie (position stratégique) abritant un port sur son côté est.



Figure 1. Situation de la ville de Ténès (source : Google Map 2015, modifié).

La ville offre des potentialités touristiques considérables. La baie de Ténès offre des plages réduites et rapprochées séparées par des petites pointes enfoncées dans la mer, cela donne à la ville une animation touristique, mais seulement pendant la période estivale.

La vieille ville de Ténès

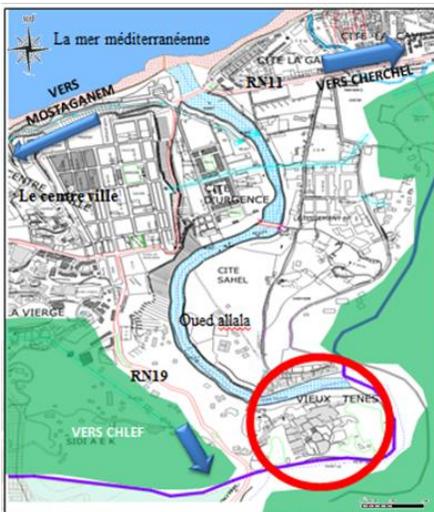


Figure 2. Situation de la vieille ville de Ténès (sotource : PDAU, modifié).

Avec une superficie de 22 ha, le vieux Ténès est situé au Sud-est de l'agglomération chef-lieu de la commune, le site du Vieux Ténès est un site historique, surplombant oued Allala qui le contourne au Sud et à l'Est. Le site présente une forte déclivité allant jusqu'à 20% vers l'Est.



Figure 3. Vue générale sur vieux Ténès, Maamarsefta (source : Web)

Bénéficiant d'un site protégé naturellement, le vieux Ténès est situé proche des sources d'eau et son tissu urbain suit son mouvement, comme il est proche des montagnes, et cela du fait des terres fertiles qu'offre la médina permettant le travail à la population en cultivant la terre. Depuis la préhistoire, Ténès était toujours l'abri de plusieurs civilisations ; elle a abrité le comptoir phénicien vers le 8ème siècle av JC, puis la ville romaine 30 ans av JC. Après la destruction de la ville par les vandales, la ville de Ténès ou vieux Ténès actuellement fut bâtie en l'an (875-876 de JC) par les Andalous qui s'installent sur un rocher situé à 1 km de la mer où sont construits la muraille, la mosquée et plusieurs bains. El bekri raconte que la ville entourée d'une grande muraille était située à deux miles de la mer. La muraille renfermait une mosquée et plusieurs bazars, et une colline escarpée dont le sommet est couronné par un petit château (citadelle), et on trouvait aussi quelques bains.

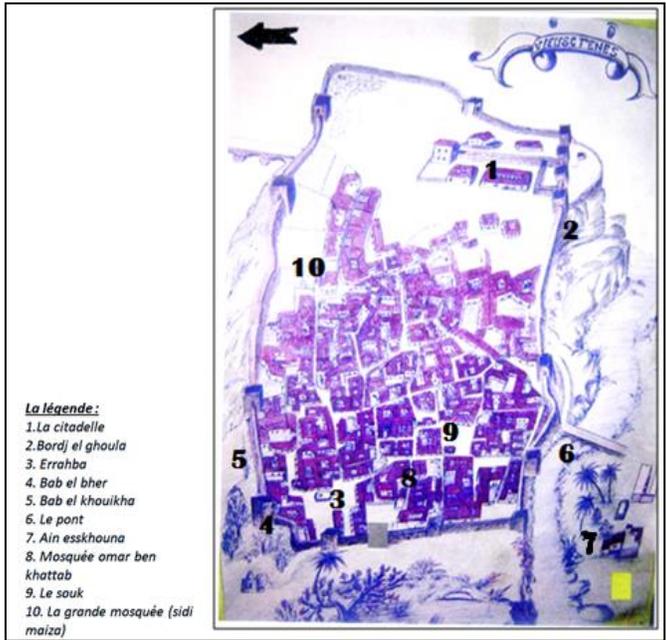


Figure 4. Essaie de restitution de la ville à l'époque arabe
(source : Boukbacha D.)

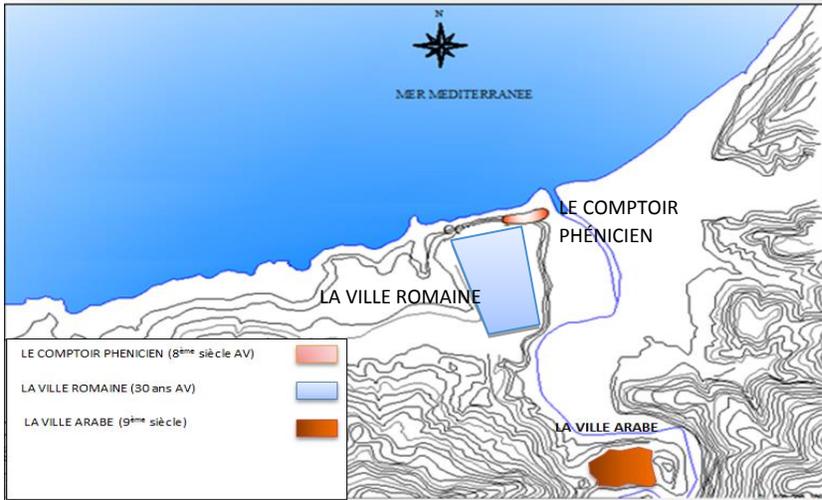
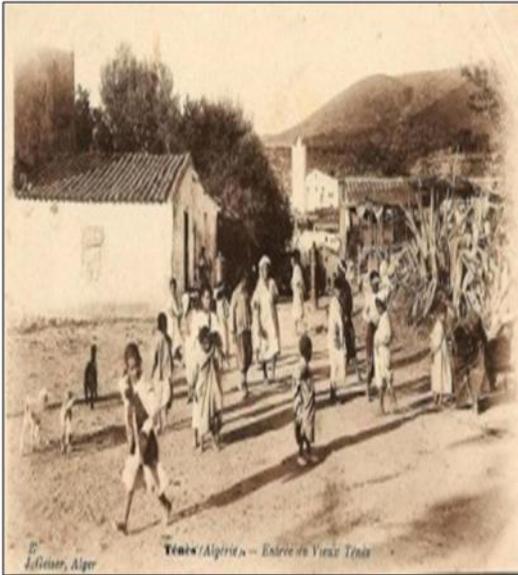


Figure 5. Carte de synthèse de l'évolution de Ténès
(source : PDAU. Modifié par auteurs).

Les Français se sont installés dans l'ancienne ville romaine, ce plateau était la ville active de la période coloniale face à la ville



médiévale qui est rentrée dans une hibernation, et qui depuis s'appelle "Vieux Ténès" (Robert, 1888)

Figure 6. L'entrée du vieux Ténès (source : www.ténès.info)

1. La structure urbaine du vieux Ténès

La vieille ville de Ténès se caractérise par des éléments de structure urbaine typique à une médina à petite échelle. Ces éléments ont été conservés jusqu'à présent, tels que :

- Les remparts de la ville et les 5 portes ;
- Le système viarie hiérarchisé ;
- La présence d'une grande mosquée qui date du X^{ème} siècle, et 5 autres mosquées de quartiers ;
- Les espaces de commerce tels que les places et les locaux ;
- Les vestiges de la citadelle ancienne et les tours (Bourdjs) de défense ;
- La maison traditionnelle à patio (Haouche) avec entrée en chicane par une Skifa.

2. Le souk du vieux Ténès : l'axe commerçant « Errahba- la place du souk »

Inscrit au noyau ancien du vieux Ténès, notre site d'étude est le tronçon : Errahba – l'ancien souk. Ce tronçon abritait les fonctions économiques et artisanales du vieux Ténès.

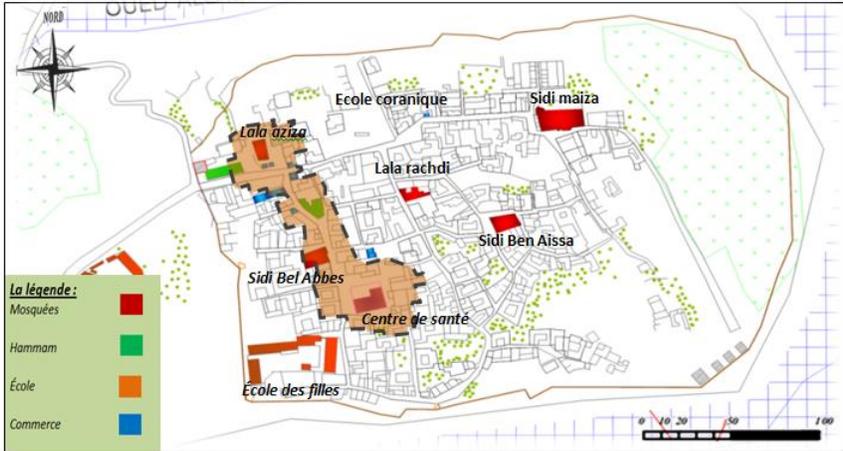


Figure 7. Situation du tronçon Errahba-le souk (source : PPSMVSS, modifié par auteurs).

Le tronçon abrite deux monuments phares du vieux Ténès ; la mosquée lala aziza et la mosquée sidi belaabes. Maintenant, le site a perdu sa vocation pour se spécialiser dans les produits artisanaux, le commerce de proximité. L'ancien souk a disparu avec l'implantation d'un centre de santé à sa place.

2.1. L'histoire urbaine du souk du Vieux Ténès

2.1.1. La période arabe

Il y'a très peu d'écrits sur le souk du vieux Ténès du point de vue morphologique ou fonctionnel, sauf les écrits de « el Bekri » sur la ville de Ténès qui montrent qu'elle est fondée pour être un souk dans lequel se rassemblent les produits qui viennent de l'Andalousie et le Moyen-Orient. De ce fait, pour faire les échanges commerciaux, en profitant de son emplacement stratégique et de son port, elle servait comme point de transition. Avec le temps, les commerçants andalous ont décidé de s'installer définitivement dans

la région et construire toute une ville qui contienne plusieurs souks pleins de produits (Bakrī et Slane, 2012).

Le seul espace qui porte le nom du souk actuellement est la place qui abrite le centre de santé. Cet emplacement du souk respecte la logique des souks dans les médinas du Maghreb et de l'Andalousie surtout qu'il est au centre de la ville et près de la mosquée et l'entrée de la ville.

Par ailleurs, la place Errahba pourrait servir comme souk si elle abritait des locaux permanents (Bennaamane, 2007) alors qu'elle sert de petit souk ou « Souiqa » pour la vente des produits d'utilisation quotidienne.



*Figure 8. Le tronçon Errahba-la place du souk
(source Boukbacha, modifié par auteurs).*

2.1.2. La période coloniale

Durant la période coloniale, le tronçon n'a pas subi beaucoup de transformations sauf l'implantation d'un poste militaire au bord de la place du souk, et la réalisation d'une fontaine pour les habitants et un abreuvoir pour leurs animaux dans la place Errahba à côté de la mosquée lala aziza, avec quelques arbres pour fournir de l'ombre.

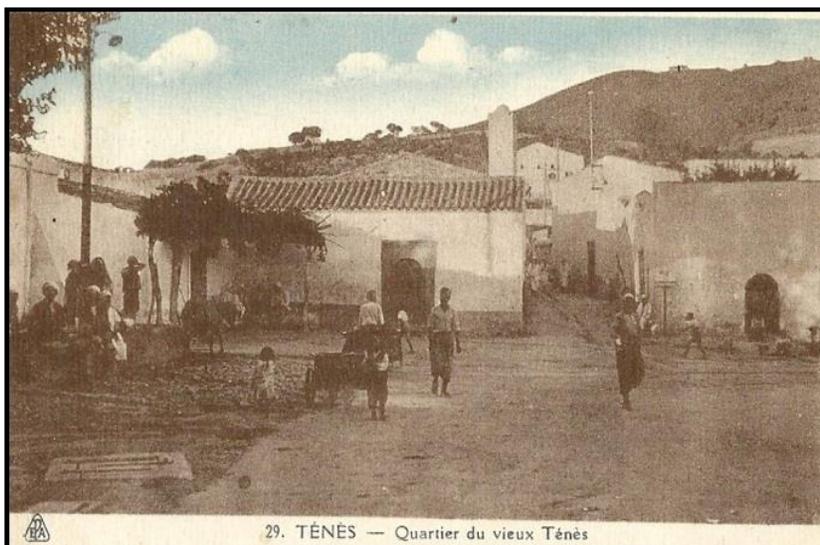


Figure 9. La place Errahba (cl. <http://www.22eme-ri-tenes-1956-1962.com/>).



*Figure 10. La place du souk et le poste militaire français
(cl. <http://www.22eme-ri-tenes-1956-1962.com/>).*

2.1.3. La période post coloniale

Après l'indépendance, le tronçon n'a bénéficié d'aucune amélioration ou réhabilitation, sauf le revêtement de la place Errahba par le bitume et de la rue par le béton armé, dans les années 90 et dans le cadre des équipements de santé aux habitants. Ainsi le vieux Ténès a bénéficié d'un centre de santé, implanté au milieu de la place du souk en arrêtant l'activité commerciale de ce dernier.

En conclusion, la ville avait un souk qui était sous forme d'une place au centre de la ville à proximité de la mosquée sidi belabess qui est la première mosquée construite dans la ville. Le souk se prolongeait au long de la rue Benmouna Mohamed actuellement jusqu'à la place Errahba qui est la deuxième place publique de la ville. Ces caractéristiques du souk (la relation mosquée-souk, l'emplacement central, la forme de place) sont présentes dans plusieurs médinas maghrébines notamment les médinas côtières.



Figure 11. Plan cadastral 1870: le tronçon Errahba- la place du souk (source : PPSMVSS modifié par auteurs).

En faisant la superposition du plan cadastral de 1870 avec celui de 2011, nous remarquons la disparition du souk par l'implantation du

centre de la santé, alors que la place Errahba et la rue Benmouna Mohamed ont conservé leurs tracés.

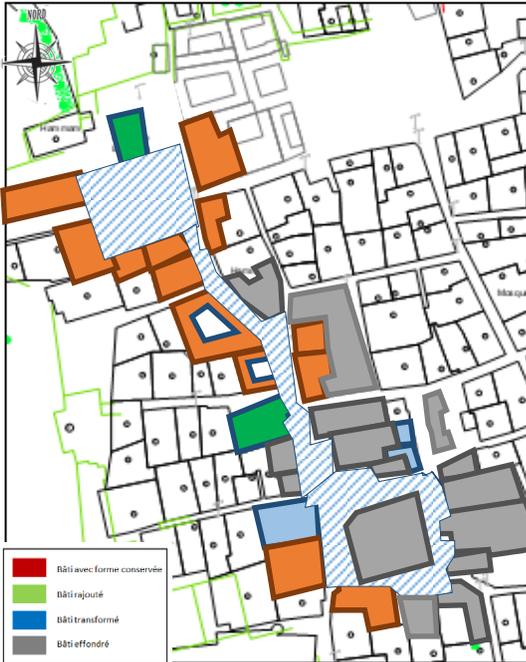


Figure 12. Superposition du plan cadastral 1870 avec le plan de 2011, le tronçon Errahba-la place du souk (source : PSMVSS modifié par auteurs)

2.2. Les composants du tissu de l'axe commercial « Errahba, la place du souk »

L'axe qui relie Errahba et le souk représente le centre commerçant de la vieille ville de Ténès, cet axe est composé principalement de la place Errahba, la place du souk et les rues Benmouna Mohamed.

2.2.1. La place Errahba

Située à l'entrée est de la ville, la place Errahba occupe une place stratégique à l'entrée de la ville du côté nord-ouest. C'est un espace rehaussé par le monument de la mosquée Lala Azziza et un abreuvoir de l'époque française et quelques arbres, considéré comme un lieu privilégié pour les rencontres et la distraction des habitants.



Figure 13. La place Errahba (cl. Auteurs)

2.2.2. La place du souk

Aujourd'hui dissimulée, suite à la réalisation d'un centre de santé en son lieu, cette place est située sur le parcours reliant la place Errahba et l'école des filles. Il n'existe aujourd'hui aucune activité commerciale dans la place sauf deux locaux commerciaux au niveau de la façade nord de la place.



Figure 14. La place du souk (le centre de santé) (cl. Maamar Sefta).

2.2.3. La rue Benmouna Mohamed

Rue secondaire de la ville, la rue Benmouna Mohamed est une rue piétonne qui relie la place Rahba et l'ancienne place du souk.

Actuellement, il n'y a qu'une seule maison avec un local de commerce qui donne sur la rue.



Figure 15. La rue Benmouna Mouhamed (cl. Auteurs).

État du lieu

L'axe commerçant du vieux Ténès a subi au fil des années des dégradations matérielles et physiques qui ont touché son aspect extérieur (les façades, le sol...) par effet du temps (vieillessement des constructions et l'absence de l'entretien...) Ou par l'effet humain (les transformations incompatibles...) Des dégradations immatérielles ont touché son usage comme centre commerçant de la ville. La cause principale de cette dégradation est la perte de la

place du souk, et la disparition des métiers artisanaux anciens.



Figure 16. Etat de dégradation du bâti du sol (cl. Auteurs).

Cette dégradation a influencé le caractère commercial de cet axe, et de la ville entière, à tel point que nous pouvons dire que le souk du vieux Ténès a perdu son âme qui se représente principalement des activités commerciales et artisanales.

III. Patrimoine, politique locale, et tourisme durable, perspectives et menaces

L'État algérien a lancé plusieurs mesures à la fois de protection et de mise en valeur des médinas classées depuis la législation de la loi 98-04, avec pour objectif de rendre le patrimoine culturel un facteur de développement durable du territoire. Ainsi différentes stratégies ont été mises en place : des mesures d'inventaire et de protection du patrimoine culturel, la mise en place des pôles d'économie du patrimoine culturel (PEP), des actions de formation et sensibilisation à la protection du patrimoine culturel.

Après son érection en secteur sauvegardé en 2007, et l'approbation de son plan de sauvegarde en 2015, le vieux Ténès avait bénéficié d'une enveloppe financière très importante de 170 milliards de dinars, afin d'accomplir les projets de sauvegarde de son cadre bâti, et également les mesures de sa mise en valeur touristique. A cet égard, un Pôle d'économie du patrimoine a été instauré autour de son secteur sauvegardé (ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme, 2008). A ce titre, le projet de mise en valeur proposé dans le cadre du plan de sauvegarde comporte plusieurs interventions de caractère touristique : plusieurs reconversions en maison d'hôtes, un musée, des circuits touristiques, un centre culturel, maison d'artisanat... Il s'agit de créer un espace de solidarité et d'identité permettant, plus que la simple mise en valeur touristique du patrimoine, mais le développement économique du territoire. Cela représente une véritable opportunité qui va certainement toucher le souk de la vieille ville comme étant l'élément clé pour l'attraction touristique.

D'après notre investigation, plusieurs difficultés ont été notées et qui peuvent ralentir le processus de mise en tourisme de cette ville historique et son souk et qui sont principalement la lenteur administrative où il a été constaté que la démarche administrative très lente provoque la propagation des processus de dégradation

existants ; d'un autre côté le manque des animations et activités culturelles et principalement celles qui valorisent la culture locale et l'artisanat Ténéssienne la broderie traditionnelle, la poterie, Habit traditionnel, Bibelots marins, Vannerie.

Sur le plan social, nous avons constaté un manque de concertation entre les structures publiques et la population locale ce qui provoque la non-participation de la population locale dans les actions de mise en valeur touristique.

Le manque flagrant des structures d'accueil a été également constaté, la commune de Ténès ne compte qu'un seul Hôtel 3 étoiles de 50 lits, et un autre Hôtel de 60 lits malgré qu'elle est une ville touristique par excellence grâce à ses potentialités naturelles. Cela reste très loin des attentes des touristes qui cherchent une prise en charge de qualité, nonobstant, la ville de Ténès connaît une augmentation de nombre de touristes estivants chaque année. Les responsables locaux envisagent pas moins de quarante mille estivants, la diffusion de ce flux vers l'ancien vieux Ténès peut générer des revenus pour la collectivité et la population locale durant toute l'année dans un cadre de tourisme culturel durable.

Ce développement touristique souhaité est confronté au souci de plusieurs menaces, le tourisme culturel provoque éventuellement des actions destructives des ressources culturelles et naturelles des centres historiques. Le site du vieux Ténès ne paraît pas encore protégé contre ces actions, ce qui doit inciter les décideurs à prendre des mesures protectrices des valeurs architecturales du site pour assurer le maintien de la population locale et lutter contre la gentrification.

Suite à ces constats, une série de mesures peuvent être prises par les décideurs pour la revitalisation et la mise en tourisme durable du souk de vieux Ténès, principalement le soutien aux actions locales, la décentralisation de la décision accompagnée par une volonté d'accroître le chiffre d'affaires de l'établissement et d'investissement public entre autres l'encouragement du partenariat public-privé et les initiatives des propriétaires pour l'automobilisation.

La répartition des flux touristiques balnéaires du centre-ville vers le centre ancien peut prolonger l'activité touristique vers la vieille ville de Ténès sur toute l'année grâce à la promotion des

activités artisanales et la création d'emplois directs en faveur de la population locale dans le domaine de l'artisanat traditionnel local et inviter le visiteur à consommer les produits locaux.

Conclusion

La vieille ville de Ténès est une ville historique qui présente les valeurs architecturales et urbaines typiques à une médina islamique, dont le souk constitue une structure essentielle, il est l'image de l'identité de la ville et de la culture de ses habitants.

Les documents historiques prouvent que le souk du vieux Ténès était la principale raison de son existence. Il avait une importance à l'échelle territoriale et même internationale, sa typologie sous forme des places reliées par des rues commerçantes et son emplacement au centre de la ville et près de la première mosquée, tout cela présente des points de ressemblance avec les souks des médinas maghrébines.

Depuis l'époque coloniale, il a connu plusieurs mutations ayant causé des dégradations graves qui ont touché son espace et son usage. Les principales dégradations sont dues principalement à la négligence des autorités à la valeur de cet espace vital au sein de la ville. Cette négligence se manifeste par l'absence d'une prise en charge particulière du souk de la ville et aussi par les projets spontanés qui ont été faits dans l'urgence, et aussi les différentes transformations faites par les habitants à la recherche du bien-être et sans prendre en considération la valeur architecturale des espaces.

Les initiatives prises par l'État algérien pour la sauvegarde de la vieille ville de Ténès à savoir son érection en secteur sauvegardé et l'élaboration de son plan de sauvegarde, et celles qui visent sa mise en valeur touristique comme le pôle d'économie du patrimoine qui vient d'être mis en place, sont des perspectives prometteuses pour la mise en tourisme durable du souk du vieux Ténès. Ces initiatives devraient être suivies par d'autres actions pour renforcer les structures d'accueil et l'encouragement du tiers secteur et des habitants à participer efficacement pour l'auto-réhabilitation du cadre bâti et des pratiques artisanales anciennes.

En conclusion, entre les valeurs historiques du souk, et son état de dégradation actuel, et les perspectives et les difficultés présentées, nous pouvons dire en nous basant sur les résultats de ce

travail, que le souk du vieux Ténès pourrait être revitalisé, pour devenir une source d'attraction touristique, en trouvant les outils appropriés et adéquats aux spécificités sociales, économiques et culturelles de la ville.

Bibliographie

AbdEssattar M., 1988. *La ville islamique*. Ed. Assemblée nationale de la culture et des arts, Koweït.

El Bekri, A., 1913. *Description de l'Afrique septentrionale*. Trad. Mac Guckin De Slane. Ed. Adolphe Jourdan, Alger.

Bennaamane I., (2007). *Madinet Ténès, DirassaTarikhiyawaAthariyawaImraniya*. Institut d'archéologie, Université d'Alger 2, Alger.

Benyoucef, B., et Claval, P. (1983). *Le Processus d'urbanisation et les transformations sociales au M'Zab (Algérie)*. [s.n.], S.I.

Kayser, B., (1978). J.-F. Troin, Les Souks marocains. Marchés ruraux et organisation de l'espace dans la moitié nord du Maroc. *L'Homme*, 18(1), 197-198.

Mantran, R., (2015). *L'expansion musulmane: VIIe-XIe siècle*. (S.I.) : P.U.F.

Mermier, F., (2014). Souk et citoyenneté dans le monde arabe. Dans J.-L. Arnaud (Éd.), *L'urbain dans le monde musulman de Méditerranée* (pp. 81-99). Rabat : Institut de recherche sur le Maghreb contemporain. Repéré à <http://books.openedition.org/irmc/294>

Ministère de l'Aménagement du Territoire de l'Environnement et du Tourisme (2008, janvier). Schéma directeur d'aménagement touristique « SDAT 2025 », Alger.

Pontier, R., (1854). *Souvenirs de l'Algérie, ou Notice sur Orléansville et Tenès ; par R. Pontier*. Cambrai : F. Deligne.

Robert, G., (1888). *Voyage à travers l'Algérie : notes et croquis. 1, 2, 3, 4, 1, 2, 3, 4.* Paris : E. Dentu.

Van der Meerschen, M., (1987). *Les médinas maghrébines*. Paris : UNESCO.

Les villes historiques du monde arabe entre valorisation patrimoniale et attractivité touristique. Cas du centre historique de la ville de Tébessa, Algérie

HAMDI PACHA Abdelkrim

*Faculté d'architecture et d'urbanisme
Université de Constantine 3
Courriel : hamdi-pacha-karim@hotmail.fr*

GUENADEZ Zineddine

*Laboratoire ville et santé. Faculté d'architecture et d'urbanisme
Université de Constantine 3
Courriel : guenadez@yahoo.fr*

Résumé

Il n'existe aujourd'hui aucune ambiguïté sur la relation mutuelle entre tourisme et patrimoine. Ces deux composantes sont liées l'une à l'autre et elles se complètent dans le cadre d'un intérêt économique. En fait, le patrimoine culturel qui depuis longtemps était délaissé, devient aujourd'hui, un atout qui peut favoriser l'essor socio-économique et touristique des différents pays. Néanmoins, il serait indispensable de sauvegarder ce patrimoine en le protégeant contre toute menace pouvant nuire à son intégrité. En fait, ce patrimoine culturel, une fois mis en valeur et pris en charge, peut renforcer l'attractivité des villes, ce qui déclenche un tourisme culturel certain. C'est autour donc de ce contexte précis, que l'objectif souhaité de ce travail serait d'analyser les facteurs contribuant à la mise en tourisme du centre historique de la ville de Tébessa.

Mots clés : *tourisme culturel, valorisation patrimoniale, centre historique, Tébessa, Algérie.*

Introduction

Dans nombreux territoires et villes historiques, le patrimoine culturel est considéré comme le signe d'une identité nationale, voire même, le symbole d'existence d'une génération à une autre. En fait, ce patrimoine, qui regroupe à la fois l'aspect matériel et immatériel, présente un héritage commun qui nous a été transmis et dont nous devons assurer la sauvegarde, la préservation et la mise en valeur.

L'Algérie est l'un des pays ayant une variété inestimable de sites historiques. Cette diversité lui permet d'être l'une des destinations touristiques les plus fréquentées dans la région sud de la méditerranée. En effet, la promotion du tourisme culturel, dans ce pays permet désormais de sauvegarder son patrimoine, créer des emplois, attirer des investissements, et améliorer la qualité de vie et le bien être des habitants (Hamdi Pacha, 2016).

Afin de parvenir à un tel objectif et de tirer avantage du secteur touristique, l'Algérie a mis en œuvre un schéma directeur d'aménagement touristique SDAT 2025, qui permet de valoriser tout potentiel naturel, culturel et historique du pays et ce à travers la structuration de Sept puissants Pôles Touristiques d'Excellences (PTE) reconnus comme modèle dans le marché algérien. « *Parmi ces poles, on trouve le pôle Touristique d'Excellence Nord-Est: qui englobe les villes suivantes: Annaba, Tarf, Skikda, Guelma, Souk Ahras, et enfin Tébessa.* » (MATET, 2008).

Il est à rappeler que la ville de Tébessa, notre cas d'étude abrite les monuments romains les plus prestigieux de l'Algérie. C'est une ville emblématique qui mérite d'être analysé. « *Suite à l'inventaire du patrimoine culturel rendu public en 2008, par le ministère de la culture algérienne, la ville de Tébessa faisant état de 22 sites et monuments historiques classés comme patrimoine national* ». Suite à ce propos, il nous a semblé intéressant d'analyser cette ville antique, en essayant par la présente contribution de mettre la lumière sur son patrimoine culturel afin de la hisser au rang des lieux touristiques d'excellence.

Dans cet ordre d'idées, l'hypothèse défendue dans cette étude est que le centre historique de la ville de Tébessa dispose d'une offre culturelle importante qui pourrait être davantage mise en valeur afin de favoriser le développement du tourisme culturel. La problématique qui en découle est la suivante : comment faire d'un territoire et de son patrimoine culturel une destination touristique durable ?

Pour répondre à cette problématique, le premier point s'attachera à apporter une définition au patrimoine et au tourisme culturel. Dans le deuxième point, nous présenterons un bref aperçu sur la ville de Tébessa et sa situation touristique et patrimoniale. Dans le troisième et dernier point, nous aborderons une partie de notre patrimoine culturel et sa mise en tourisme. Il s'agit du vieux centre de la ville de Tébessa.

1. Du patrimoine au tourisme culturel : identification des notions de base

Avant de s'interroger sur le patrimoine culturel d'un territoire donné, il faut d'abord le définir. Le patrimoine exprime l'ensemble des biens hérités de nos ancêtres, soit d'ordre naturel, culturel ou autres. Par conséquent, il est indispensable de devoir le préserver dans le souci de le transmettre aux générations futures. Conformément à la Convention de 1972 de l'UNESCO, le patrimoine culturel se compose de différents éléments à savoir, « *le patrimoine matériel qui englobe le patrimoine immobilier, mobilier, archéologique. Il s'agit donc de monuments, de sites historiques, d'œuvres d'art, d'objets ethnographiques, d'archives, de livres, etc.* » (UNESCO, 1972).

A l'encontre du patrimoine matériel, le patrimoine immatériel regroupe les savoirs et les savoir-faire d'une collectivité. « *En font partie le théâtre, la danse, la musique, les rituels, les fêtes, les cortèges et les techniques artisanales.* » (UNESCO, 2003). Dans le but de conserver et de protéger ce patrimoine culturel, que les générations passées nous ont transmis, l'UNESCO a dressé un catalogue de biens universels dès 1972. Ceci a débouché sur la mise en place d'un concept récent : le patrimoine mondial.

Sensibiliser la communauté internationale à ce patrimoine universel est l'un des soucis auxquels l'UNESCO fait face ces dernières décennies. Celle-ci confirme que le patrimoine est doté d'une double nature, d'un côté, c'est un bien hérité d'une génération à une autre, et d'un autre côté, c'est un capital à exploiter via le tourisme culturel. La Charte internationale du tourisme culturel, adoptée par ICOMOS en 1999 confirme cette avis en disant que : « [...] *Le tourisme culturel est reconnu comme une force positive qui favorise la conservation du patrimoine naturel et culturel. [...]. Il représente un enjeu économique essentiel pour de nombreux pays, et peut être un facteur important de développement, lorsqu'il est géré avec succès* ». A cet égard, qu'entend-on par tourisme culturel ?

Merlin (2001), définit le tourisme culturel comme étant : « *un ensemble des touristes qui partent à la découverte de sites, de paysages, de populations pour élargir leurs horizons. Trop souvent, le tourisme culturel se réduit à la visite de lieux, des monuments, des musées, des sites historiques, des spectacles, et les lieux de culte ainsi à l'achat d'objets artisanaux.* ».

En fait, parmi les différentes sortes de tourisme qui ont tendance à se propager à travers le monde, le tourisme culturel reste le plus prisé. Cette thèse a été vérifiée par l'OCDE en Europe, où ce tourisme a connu un essor formidable. *Selon L'organisation de coopération et de développement économiques (OCDE, 2009) «plus de 50 % de l'activité touristique en Europe est générée par le patrimoine culturel et le tourisme culturel devrait être la composante du secteur du tourisme à connaître la plus forte croissance.* ». Suite à ce propos, nous nous contenterons d'aborder dans ce qui suit, l'interaction entre ce type de tourisme et le patrimoine culturel en essayant de comprendre ses différentes facettes, en Algérie et plus particulièrement dans le centre historique de la ville de Tébessa, notre cas d'étude.

2. La ville de Tébessa entre authenticité, identité et culture à valoriser

Héritière d'une époque et d'un patrimoine historique, la ville de Tébessa nous paraît tout à fait appropriée pour étudier les facteurs

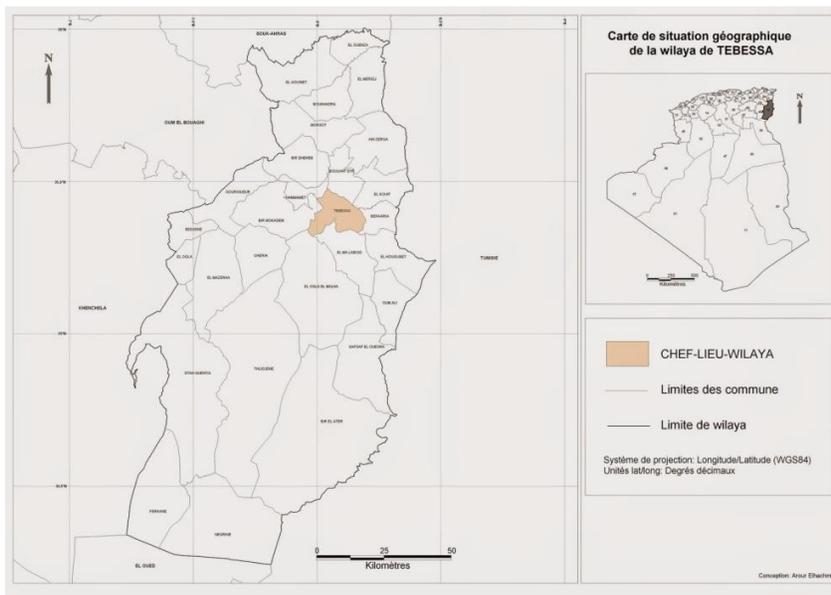
contribuant au développement d'un tourisme culturel. Ce choix est motivé par plusieurs raisons : d'abord, c'est une ville qui se classe dans la catégorie des territoires en expansion, ensuite son offre culturelle est ancienne et diversifiée et enfin en matière de positionnement géographique en tant que ville frontalière de passage notamment vers la Tunisie.

2.1 Présentation de la ville de Tébessa

La ville de Tébessa se situe à l'extrême Est de l'Algérie à une altitude moyenne d'environ 900 m. Elle occupe un emplacement remarquable entre le tell et le Sud des hauts plateaux jusqu'aux régions présahariennes. La wilaya de Tébessa couvre une superficie de 13878 km², et elle se trouve dans un endroit stratégique consolidée par la bande frontalière d'une longueur de 297 km (DPAT, 2013).

Il y'a lieu de signaler que la wilaya de Tébessa est issue du découpage administratif de 1974 ; date de sa promotion au rang de chef lieu de wilaya. Cette dernière regroupe 28 communes réparties sur 12 daïras, dont la plus importante est la commune de Tébessa, qui constitue d'une part, le chef lieu de la wilaya et d'autre part, notre cas d'étude puisqu'elle abrite le centre historique de la ville.

La base économique de la ville de Tébessa (carte 1) est relativement diversifiée, et repose sur quatre secteurs d'activités : l'agriculture, l'industrie minière, la production agro-pastorale et le commerce. Cette dernière compte une population estimée à « fin 2008 à 648.703 habitants, soit une densité moyenne de 48 habitants par km². » (RGPH, 2008). La carte 01 ci-après nous montre la situation de la ville de Tébessa.



Carte 1. Situation géographique de la wilaya de Tébessa (source : web¹⁰).

2.2. Bref aperçu historique et recensement du patrimoine culturel classé dans la ville de Tébessa

La ville de Tébessa est ancrée dans l’histoire, *« elle fut romaine, byzantine, vandale, musulmane, turque et française ; de chacune des périodes de son histoire, elle a gardé un cachet patrimonial historique et archéologique d'une grande richesse »* (Gherzouli, 2007). En effet, ce caractère patrimonial peut faire l’objet désormais d’une demande touristique.

D’après l’inventaire du schéma directeur des zones archéologiques et historiques, rendu public en 2007, par le ministère de la culture algérienne, la wilaya de Tébessa est considérée comme une région pleine de monuments et de sites antiques dont *« l’inventaire faisant état de 22 sites et monuments dans la wilaya classés comme patrimoine national. Parmi ces 22 sites classés, neuf (09) vestiges se trouvent dans le centre*

¹⁰<http://decoupageadministratifalgerie.blogspot.com/p/cartes-de-situation-geographique-des.html>

historique » (Ministère de la culture, 2007). Le tableau 01 ci-après nous résume l'ensemble de ces sites classés comme patrimoine national dans le centre historique de la ville de Tébessa :

Tableau 1. Sites historiques classées comme patrimoine national dans la ville de Tébessa.

Commune	Appellation de monuments classés	Date de classement
Tébessa	monuments antiques de Théveste	1900
	Tour de Djebel Mestiri	05/08/1902
	Temple Romain de Thévest khalia	14/05/1906
	Arc de Caracalla	19/10/1982
	Mur époque byzantine	
	Amphithéâtre	
	Quartier de la zaouïa (Fouille)	
	Basilique	01/09/1985
Cimetière de l'école Dr Saadane		

Source : Direction de culture de la wilaya de Tébessa.

On constate que la ville de Tébessa est caractérisée par sa possession de prestigieux monuments et de nombreux vestiges. Tous ces éléments sont de véritables atouts touristiques. Néanmoins, une question principale est soulevée : quelle est la réalité du secteur touristique dans cette ville ? Nous répondrons à cette question dans les points qui suivent.

2.2 Diagnostic opérationnel du contexte touristique local de la ville de Tébessa

Grâce aux fichiers statistiques tenus à l'effet de suivre le mouvement du tourisme au niveau de la wilaya, nous avons pu recenser ce qui suit :

a- La bande frontalière et le flux touristique

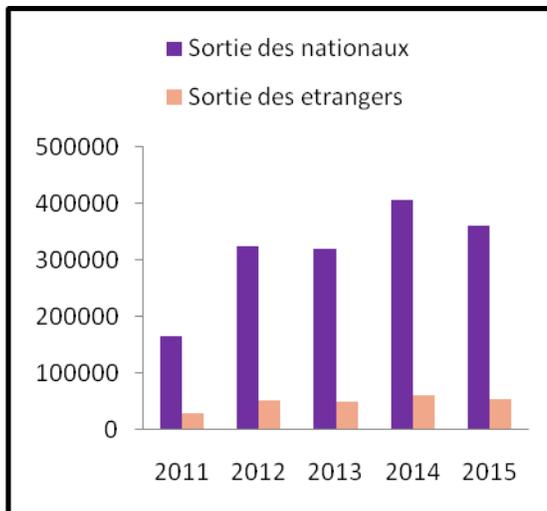
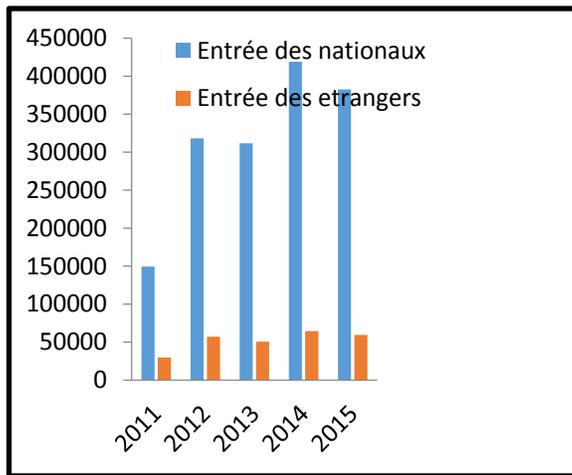
Avec son positionnement sur une bande frontalière de 297km, la wilaya de Tébessa dispose de quatre (04) postes de passage, offrant une grande possibilité d'échange notamment avec la Tunisie et la Lybie. Dans le tableau 02 ci-dessous nous représenterons le flux touristique depuis 2011 jusqu'à 2015.

Tableau 2. Flux touristique à travers les 04 postes de passage frontalier.

Année \ Passage	2011		2012		2013		2014		2015	
	Entrée	Sortie								
Nationaux	149	167	318	325	311	320	418	405	382	361
Etrangers	376	039	299	764	562	250	964	783	542	250
Etrangers	296	296	572	512	504	496	645	604	594	545
	08	87	43	63	94	24	87	49	94	62

Source : Direction de Tourisme de Tébessa.

Diagrammes 1-2. le Flux touristique dans la ville de Tébessa.



Source : Graphiques élaborés par l'auteur.

Les graphes ci-avant, indiquent que le flux touristique est en constante évolution. Il est plus important pour les nationaux que pour les étrangers et cela en raison de la nature même de la ville en tant que zone de passage vers les pays voisins. Mais, on remarque que ces statistiques ne distinguent pas les touristes résidents qui ont pour finalité la découverte de la wilaya car la plupart des visiteurs qui sortent et qui entrent sont des passagers dont la raison de la visite n'est pas précise. Ces derniers ont généralement des motifs de visites différents, soit pour des voyages de loisir, de santé ou des vacances vers la Tunisie, soit des passagers ayant des affaires professionnelles en Algérie.

b- Les groupes touristiques étrangers

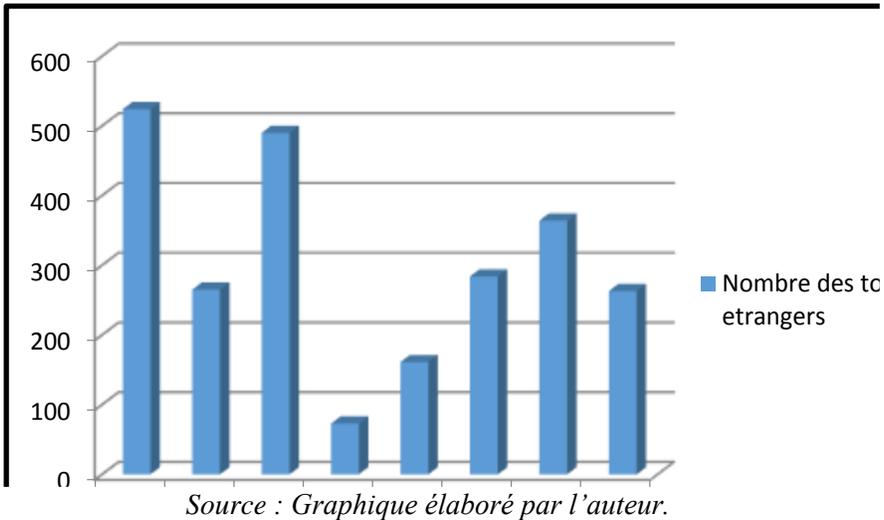
Durant ces dernières années, la ville de Tébessa a connu le passage de plusieurs groupes touristiques de différentes nationalités, les voyages s'effectuent généralement en groupes organisés ; dont le détail est résumé dans le tableau en-dessous.

Tableau 3. Nombre de groupes touristiques visitant la ville de Tébessa.

Année	Nombre de groupes	Nationalité	Nombre de touristes
2007	21	Américaine/Italienne/polonaise	524
2008	13	Française/anglaise/polonaise	265
2010	21	Américaine/Française/italienne	490
2011	04	Française/Italienne/australienne	73
2012	08	Américaine/polonaise/canadienne	161
2013	12	Suédoise/Française/italienne/Espagnole	284
2014	19	Américaine/Française/italienne/polonaise	364
2015	17	Française/italienne/Tunisienne	263

Source : Direction de Tourisme de Tébessa.

Diagramme 3. Nombre de groupes touristiques étrangers visitant la ville de Tébessa.



D'après le diagramme au-dessus, on remarque que la demande des touristes étrangers est en variable augmentation jusqu'en 2015 et malgré le timide nombre de touristes internationaux, l'ouverture aux différentes nationalités se fait petit à petit.

En 2011, on a remarqué une forte baisse dans le nombre des touristes étrangers, cela est dû à la situation sécuritaire instable en Tunisie du fait des événements imprévus. Ces derniers ont beaucoup affecté la demande des touristes étrangers et ainsi le mouvement frontalier entre la ville de Tébessa et la Tunisie.

3. Etude de cas : le centre historique de la ville de Tébessa, un site patrimonial entre dynamique et dysfonctionnement

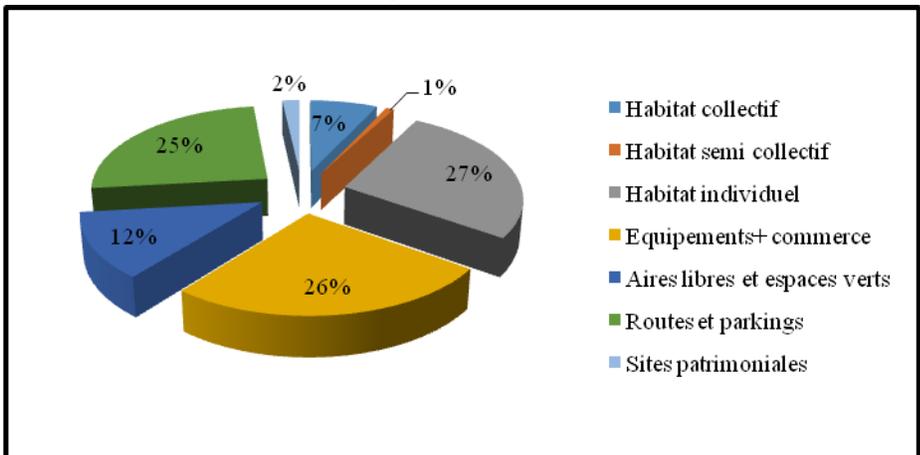
Afin d'arriver à notre objectif, à savoir, la revalorisation du patrimoine culturel urbain et sa réaffectation vers une vocation à caractère touristique, on a opté pour l'analyse, le vieux centre de la ville de Tébessa comme cas d'étude. Ce dernier constitue le principal pôle d'animation de la ville avec sa qualité architecturale et ses divers monuments qui témoignent de diverses époques qu'a connus la région. A cet effet, nous essayerons, dans ce qui suit,

d'établir son état des lieux, ses atouts et ses potentialités et ce pour une éventuelle exploitation touristique.

Le centre historique de la ville de Tébessa demeure un chef d'œuvre exceptionnel de l'époque romaine et byzantine. « *La principale partie de ce centre est enfermée à l'intérieur d'une enceinte byzantine qui s'étend sur plus de 320 m de longueur et de 280m de largeur. Cette dernière est élevée de grandes murailles de hauteur 9 mètres à 10 mètres.* » (Direction de la culture, 2013). L'accessibilité à ce centre s'effectue à travers quatre portes distinctes, nous citerons en l'occurrence : la porte de Caracalla, la porte de Salomon, la porte de Aïn-chahla et la porte de Constantine.

Actuellement, ce centre historique occupe une superficie de 60 ha, et abrite un nombre total d'habitants estimé à 5203 habitants (DUC, 2009). Ce dernier est aujourd'hui considéré comme le cœur battant de la ville, et le lieu d'héritages culturels, des échanges et de service. On y retrouve les lieux de culte, de rencontres, des places, le patrimoine bâti, et les magasins de toutes sortes. Le graphe ci-après nous montre la composition urbaine de ce dernier.

Diagramme 4. La composition urbaine du vieux centre de la ville de Tébessa.



Source : direction d'urbanisme de la ville de Tébessa.

D'après le graphe, on déduit que le centre historique de Tébessa est un site résidentiel de caractère individuel. Sa composition urbaine abrite une variété de fonctions, dont le commerce, les équipements et l'habitat individuel, occupant la moitié de la surface totale (53%). En effet, ce vieux centre offre à ses usagers plusieurs services qui font de lui un pôle à forte fréquentation humaine. Ce dernier rassemble la majorité des équipements structurants de la ville et il est considéré comme l'endroit le plus privilégié pour le commerce et le contact.

A la lumière de ce qui a été dit, on peut avancer que la diversité en matière de fonctions se voit comme un véritable atout dans le vieux centre de la ville de Tébessa. Cette multifonctionnalité lui permet d'exercer une grande influence et de rayonner sur toute sa région. La promotion et le renforcement de ces fonctions serait bénéfique que ce soit pour le bien-être des habitants ou les visiteurs. Ces fonctions, une fois améliorées, peuvent contribuer au développement économique, d'un côté, et d'un autre côté, elles jouent un rôle essentiel dans l'animation et l'attractivité touristique.

3.2. Le patrimoine culturel et les monuments historiques dans le vieux centre de la ville de Tébessa

Nous présenterons, dans ce qui suit l'ensemble du patrimoine culturel urbain du vieux centre de la ville de Tébessa. Il s'agit en fait, d'une collection de sites archéologiques et historiques qui témoignent des diverses époques qu'a connues la région.

- **La muraille byzantine**, classée patrimoine national en 1982, elle fut construite par le général Solomon aux environs des années 535-538 après J. C. En fait, la muraille byzantine est l'un des plus grands monuments archéologiques de Tébessa qui a pu conserver toutes ses caractéristiques architecturales, en dépit de longues années passées depuis sa construction. La muraille byzantine est caractérisée par ses quatorze tours, elle prend la forme d'un rectangle de 320 mètres de longueur et de 280 mètres de largeur (Moll, 1885-1861.).



Photos 1. La muraille byzantine (cl. web).

- **Les tours** : selon Gherzouli (2007), la citadelle « est flanquée de quatorze tours apparentes et presque équidistantes de 16 mètres, d'une épaisseur de 1,5 mètre pour les murs extérieurs et plus de 2 mètres pour les murs intérieurs, et d'une hauteur allant de 14 à 17 mètres. ».



Photos 2. Les tours (cl. Auteur).

- **Le forum** : il fut bâti durant la période romaine, lorsque Thèvest connut un développement inédit dans le domaine des arts et de l'architecture. Le forum est considéré comme un noyau central pour la vie économique et sociale de la population autochtone de l'empire romain. Sa centralité est due à l'intersection des deux axes de l'organisation de la ville romaine, le 1^{er} du nord au sud ; Cardo, et le 2^{ème} de l'est à l'ouest ; le Décumanus. Ce lieu est aujourd'hui considéré comme un pôle principal de l'animation et du commerce. Sa spécificité architecturale et urbaine témoigne de l'authenticité de l'époque romaine.



*Photo3. Le forum
(cl. Auteur).*

- **Les portes**, la muraille byzantine est percée par quatre portes distinctes, situées sur les quatre façades dont « *la plus emblématique et celle de la porte de Caracalla (arc de triomphe romain) construite en l'an 211-212 et achevée en 214-215. Ainsi la porte de Salomon, fut construite à l'époque byzantine en 535 - 538 après J.C.* » (Gsell, 1901).



Photo 4. La porte de Caracalla (cl. Auteur).

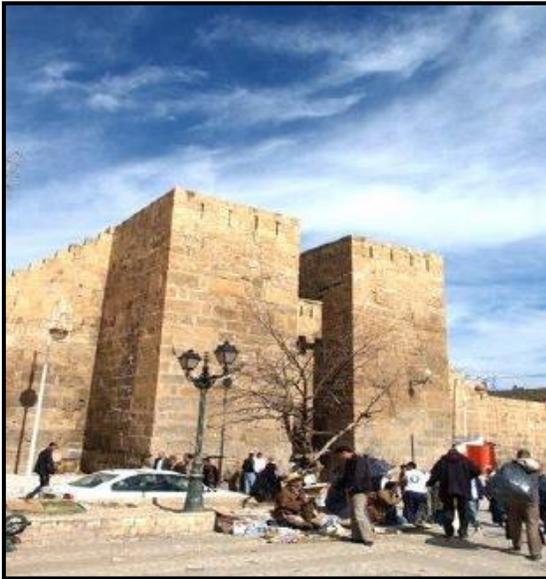


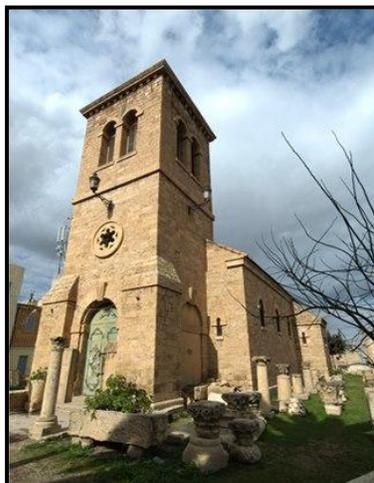
Photo 5. La Porte de Salomon (cl. Auteur).

- **Le temple de Minerve**, fut élevé en l'an 217, « *cet édifice religieux fut consacré à l'adoration de Minerve, la déesse de la sagesse chez les romains. . La forme de ce temple est rectangulaire (8 m x 6.75 m), surélevé de 2,5 mètres, il est porté par des colonnes ornées et des frises aux gravures a signification religieuse. »* (Direction de la culture de la wilaya de Tébessa,2013).Le temple demeure encore parmi les meilleurs édifices de l'époque romaine et en 1920, il est devenu un musée archéologique ; où sont exposés divers vestiges et objets, et des plaques de mosaïque.



Photo 6.Le temple de Minerve(cl. Auteur).

- **L'église:** Cette église fût élevée à l'intention de la communauté chrétienne ayant séjourné à Tébéssa, qui accueillait des vagues de colons, pour pratiquer leurs rites religieux. En 1971, l'église fut transformée en musée d'antiquité, comprenant un grand nombre d'objets anciens, des témoins de consécration, ainsi que des frises et des gravures en mosaïque. Aujourd'hui elle est en bon état et garde sa beauté d'origine.



Photos 7. L'église (cl. Auteur).

- **Le musée en plein air des vestiges romains:** Endroit clôturé, contient des vestiges romains exposés en plein air, il n'est pas mis en valeur.



Photos 08-09-10. Le musée en plein air des vestiges romains (cl. Auteur).

- **Le cimetière de l'école Dr Saadane :** construit pendant la période vandale de 313-385 par Saint Augustin, classé patrimoine national le 01/09/1985, ce cimetière se situe à l'ouest de l'enceinte byzantine. Il est unique dans son genre car il est le seul site historique qui témoigne de l'époque vandale à Tébéssa, ceci est confirmé par les gravures et les indications sur les objets trouvés et qui remontent aux quatrième et cinquième siècle de notre ère, coïncidant avec l'époque vandale. Actuellement, ce site historique comporte de belles mosaïques et des objets anciens ainsi de

nombreux tombeaux, dallés de mosaïques funéraires remontant à l'ère chrétienne (Hamdi Pacha, 2013)



Photos 11-12. Le cimetière de l'école Dr Saadane (cl. Auteur).

- **La mosquée El Atiq:** Elle fut bâtie durant la période ottomane en 1842, La mosquée el-atiq est l'une des plus belles constructions islamiques de Tébéssa. Sa conception intérieure comporte des pierres romaines, des colonnes en marbre et des arcs ronds dissipant l'étendue de l'espace. De l'extérieur, elle est surplombée d'un minaret cylindrique caractéristique des mosquées ottomanes. Aujourd'hui, elle est utilisée pour la prière et elle a su conserver sa valeur spirituelle et architecturale malgré qu'elle ait subi des transformations à l'intérieur, mais son état nécessite des travaux de restauration et de conservation (Hamdi Pacha, 2013).



Photos 13-14. La mosquée El Atiq (cl. Auteur).

Ces photos constituent un vrai témoignage de la beauté, de l'authenticité et de la particularité de ce site. Elles affirment aussi que la ville de Tébéssa dispose d'un potentiel culturel et touristique considérable. Mais, en dépit de tous ces atouts, quels sont les facteurs qui menacent l'authenticité et l'existence du patrimoine culturel urbain dans le centre historique ? Nous répondrons à cette question dans les points qui vont suivre.

3.3. Les facteurs menaçant le patrimoine culturel urbain dans le centre historique de la ville de Tébessa

La protection de nombreux témoignages historiques, localisés dans le vieux centre de Tébessa, se heurtent souvent à des risques d'origines naturelles, anthropiques ou urbaines. Ces derniers forment autant d'agressions et mettent en péril le patrimoine. En fait, parmi les menaces qui dégradent le patrimoine culturel dans le vieux centre de la ville de Tébessa et qui peuvent contribuer à sa disparition, on distingue principalement les risques suivants :

Les facteurs naturels

Le patrimoine culturel urbain dans le vieux centre de la ville de Tébessa est menacé par le climat, l'effet de temps, les intempéries, l'action de l'eau ou des plantes. Tous ces risques affaiblissent les monuments anciens et engendrent leur vieillissement, leur usure progressive et leur destruction (photos 15 et 16).



Photos 15-16. L'usure des monuments historiques à cause des phénomènes naturels (cl. Auteur).

Les facteurs humains

Les facteurs sociaux qui précipitent le plus souvent la dégradation du patrimoine dans le centre historique de la ville de Tébessa sont décrits ci-après : le manque d'entretien, la négligence et le délaissement des bâtisses abandonnées à la ruine (fig. 17). A l'encontre de l'abandon des demeures auprès de certains propriétaires, d'autres n'hésitent pas à remodeler et rénover leurs maisons en apportant des modifications et en intégrant des

structures modernes surélevées. Hélas, ces modifications portent atteinte à l'authenticité du lieu.



Photos 17-18. L'abandon à la ruine, la démolition et la rénovation mal exécutée (cl. Auteur).

Parallèlement aux facteurs humains précités, le centre historique de la ville de Tébessa est menacé par les déchets et les dépotoirs anarchiques. A cela, on ajoute d'autres menaces comme les actes de vandalisme. Ces derniers affectent non seulement la santé de la population mais aussi défigurent l'aspect paysager de ce noyau ancien et accélèrent la dégradation des monuments historiques.



Photos 19-20. Les actes de vandalisme (cl. Auteur).

Les facteurs urbains

Parmi les facteurs urbains qui participent à la dégradation du patrimoine culturel dans le vieux centre de Tébessa, nous citons, la pollution et la congestion à cause de la circulation mécanique, le manque d'air de stationnement qui conduit généralement à l'exploitation des abords des monuments historiques.



Photos 21-22. La congestion et le manque d'air de stationnement (cl. Auteur).

Les facteurs économiques

Il est évident que le centre historique est l'endroit le plus approprié pour l'installation de nombreuses activités commerciales. Malheureusement, cet avantage tend à se convertir en inconvénient car il a engendré plusieurs problèmes dans le vieux centre de la ville de Tébessa, à savoir : la propagation du commerce informel, le déclin de l'artisanat, la concurrence, la spéculation foncière, la hausse des prix et les déchets. Tout ces facteurs menacent le patrimoine et mettent en danger son existence.



Photos 23-24. Le commerce informel (cl. Auteur).

3.4. Les efforts des acteurs locaux à la préservation et la mise en valeur du vieux centre de la ville de Tébessa

Suite à l'accumulation de nombreux problèmes, dans le vieux centre de Tébessa, on n'hésite pas à se demander : quelles sont les actions qui ont été exécutées par les acteurs concernés afin de sauvegarder et mettre en valeur ce centre ? D'une façon globale, le vieux centre de la ville de Tébessa n'a pas été au centre de

préoccupations actuelles. Ce dernier a été légèrement pris en charge. Les interventions engagées en faveur de sa mise en valeur, se sont arrêtées le plus souvent à quelques actions de classement, de réaménagement des abords et de restauration. A cet effet, nous mettrons la lumière, dans ce qui suit, sur les principales actions qui ont vu le jour dans ce centre historique.

3.4.1. Le classement des monuments historiques

Sur un total de neuf sites historiques représentant une valeur patrimoniale dans le vieux centre de la ville de Tébessa, seulement trois sites les plus emblématiques ont bénéficié d'un classement national sur la liste du patrimoine culturel matériel. Le Tableau ci-après nous montre les trois sites classés et leurs dates de classement.

Tableau 4. Les monuments classés comme patrimoine national dans le vieux centre de Tébessa.

Lieu	Epoque	Désignation	Date de classement	Journal officiel
Vieux centre de la ville de Tébessa	Antique	Arc de Caracalla	19/10/1982	N° 48 du 30/11/1982
		Muraille byzantine		
		Cimetière de l'école Dr Saadane	01/09/1985	N° 37 du 04/09/1985

Source : Direction de culture de la ville de Tébessa.

D'après le tableau précédent, il s'avère que les trois sites classés comme patrimoine national sont antiques, toutefois, ce nombre reste timide par rapport à ceux non classés qui se trouvent en état d'abandon et de négligence.

3.4.2. Des opérations de restauration et de conservation

Afin de remettre en bon état le patrimoine culturel urbain dans le vieux centre de la ville de Tébessa et de conserver son intégralité, les acteurs locaux ont procédé à la restauration de quelques monuments dégradés. Nous citons en l'occurrence, la restauration de la porte de Caracalla en 2002 et celle de Constantine en 2004. Hélas, «ces opérations ont été dernièrement au centre d'une polémique et un débat s'est ouvert de la base théorique adoptée et

les techniques de restauration utilisées. L'aspect actuel de l'arc a été théâtre d'une intervention maltraitée ou la bétonisation s'annonce difficile à enlever, le pose de fer pour des colonnes en béton armé et la logique du neuf allaient prendre le dessus. » (Attoui, 2009).



Photos 25-27. La restauration de la porte de Caracalla et la porte de Constantine (cl. Auteur).

3.4.3. Des actions de requalification et d'amélioration urbaine

A partir de l'année 2011, des travaux d'aménagement et de requalification du vieux centre de la ville de Tébessa (en cours), ont été lancés par la DUC (direction d'urbanisme et de construction) pour réhabiliter ses différentes rues et ses réseaux divers. « Ces opérations s'inscrivent dans le cadre d'un plan d'action en termes de viabilisation, revalorisation et requalification des différents grands ensembles d'habitat. Il est destiné à améliorer les conditions d'existence des citoyens qui y vivent et s'inscrit plutôt dans une logique d'embellissement et d'amélioration de milieu urbain. » (DUC Tébessa, 2013). A ce propos, nous essayerons dans ce qui suit, de mettre la lumière sur les différents types d'interventions envisagées.



Photos 28-29. L'aménagement et la reprise des réseaux de viabilité défectueux (cl. Auteur).



Photos30-31-32. Le pavage et la réfection des réseaux primaires (AEP+ assainissement.) (cl. Auteur).

Compte tenu de ce qui précède, il s'avère que la valorisation du vieux centre de la ville de Tébessa et sa promotion ont été au cœur de plusieurs opérations. Toutefois, ces actions ont été caractérisées par des actions éparpillées sans stratégie, accentuées par le report de la réalisation de certains projets à quelques années à cause du conflit entre les différentes instances concernées. On rajoute à cela d'autres problèmes qui empêchent la concrétisation des différents programmes déjà inscrits, en cours ou bien achevés qui n'ont pas abouti aux résultats escomptés pour les raisons principales suivantes : l'insuffisance des moyens financiers; l'ampleur de l'état dégradé des VRD ; le manque d'implication effective et active des habitants et le déficit en main d'œuvre qualifiée.

Conclusion

« Un territoire donné n'est pas une destination de tourisme culturel à priori. Avant de pouvoir profiter des retombées positives du patrimoine culturel urbain, une région doit transformer son territoire et son offre culturelle en produit de tourisme culturel durable. » (Juanchich, 2007). En effet, le vieux centre de la ville de Tébessa recèle d'innombrables atouts patrimoniaux qui peuvent contribuer à son développement. Il devrait figurer en tête des destinations touristiques de la wilaya, voire du pays. Pour cela, des adaptations s'avèrent nécessaires pour pouvoir bénéficier des retombées économiques liées à la mise en tourisme de la ville. A notre sens, la mise en tourisme du patrimoine culturel nécessite un vrai engagement de la part de l'état et toutes les parties prenantes, à savoir: habitants, acteurs dirigeants, associations, élus, professionnels, etc. Sans oublier l'implication des organismes internationaux

(UNESCO et OMT), outre « [...] la mise en place d'un établissement maître d'ouvrage, comme outil principal, chargé du suivi des projets de restauration et de requalification, devient plus qu'une nécessité [...] afin de sauver ce qui reste de l'héritage urbain. Un patrimoine qui constitue un véritable enjeu culturel, social et urbanistique, et dont la sauvegarde des sites dits « historiques » est un facteur de modernisation de la ville. » (Madani, 2016). A cela, on s'ajoute d'autres mesures d'accompagnement, il s'agit de :

- La mise en tourisme du vieux centre de Tébessa nécessite une stratégie programmée au préalable et qui comporte, entre autre, la consolidation des habitations qui ont tendance à tomber en ruines, la réhabilitation des constructions dégradées, la création de circuits touristiques, la restauration des monuments, la réfection et l'embellissement des façades, le développement de l'artisanat, et enfin la concertation avec les habitants ;
- La mise en tourisme du patrimoine culturel doit être inscrite dans une stratégie globale et durable qui prend en considération le développement économique, l'équité sociale, l'épanouissement culturel et la protection de l'environnement ;
- La mise en tourisme du patrimoine culturel demande la création d'un cadre réglementaire, juridique et institutionnel adéquat, accompagné d'un fond de financement des opérations ayant pour but la sauvegarde du patrimoine ;
- Pour que le tourisme culturel voit le jour dans le centre historique de Tébessa, il est indispensable de mettre en œuvre un programme en faveur de l'identification, l'amélioration et la protection des activités artisanales existantes. En fait, ces activités artisanales, une fois développées, elles peuvent contribuer d'un côté, à la création des postes d'emploi, et d'un autre côté, elles jouent un rôle primordial dans l'animation et la promotion touristique ;
- La mise en tourisme du vieux centre de Tébess demande la restauration immédiate des monuments les plus remarquables, la mise en place des signalétiques urbaines et la création des lieux

d'accueil destinés à faire connaître les sites patrimoniaux aux visiteurs ;

- Le traitement urgent des immeubles menaçant ruine et d'habitat ancien avec une assistance humanitaire, technique et financière pour les populations concernées ;

- La modernisation des infrastructures du transport, du commerce, et la multiplication des structures d'accueil adéquates, à savoir : hôtels, restaurants traditionnels, etc.

En résumé, on peut déduire que la mise en tourisme du vieux centre de la ville de Tébessa nécessite une stratégie de longue haleine. L'action de revalorisation de ce site historique devrait être une action de revalorisation des conditions de vie, du patrimoine, d'habitat, d'activité économique, d'activités culturelles, de loisir et de circulation. En fait, cette action, mise en œuvre et prise en charge, elle redonnerait à ce centre sa grandeur, son rayonnement et remettrait une excellent dynamique dans ce lieu.

Bibliographie

Attoui, R. (2009). L'analyse archéologique et la conservation de l'arc de Caracalla : questions théoriques et méthodologiques, actes du *colloque international sur l'archéologie*, département d'architecture, université de Tébessa, 25-29 Avril, p. 21.

Direction d'urbanisme et de construction (DUC Tébessa), (2013). *Rapport sur les travaux d'amélioration urbaine dans le centre ville de Tébessa*, p. 03.

Direction d'urbanisme et de Construction DUC –Tebessa-, (2009). *Plan d'occupation du sol n° 01 –centre ville de Tébessa*, dossier final élaboré par : URBA BATNA , p. 08.

Direction de la culture de la wilaya de Tébessa, (2013). *Guide culturel du Patrimoine et des Arts de la wilaya de Tébessa*, p. 37.

Direction de la culture de la wilaya de Tébessa, (2013). *La conservation de la muraille byzantine de Tébessa, genèse historique*, pp. : 04-05.

Direction de planification et d'aménagement de territoire de la wilaya de Tébessa (DPAT), (2013), *Présentation générale de la wilaya de Tébessa*, p. 03.

Gherzouli, L. (2007). *Renouvellement de vieux centre de Tébessa* (mémoire de magistère non publiée), département d'architecture, université de Constantine, p. 146.

Gsell, S. (1901). *Les monuments de l'Antique romaine en Algérie*, l'archive de l'office de Gestion et d'Exploitation des Biens Culturels de la wilaya de Tébessa, p. 204.

Hamdi Pacha, A. (2013), La promotion du tourisme culturel un atout majeur pour la valorisation des villes historiques –Cas de la wilaya de Tébessa-, actes de : colloque *international sur l'économie de tourisme : ses atouts et ses défis*, université de Biskra, Algérie, 02-03 décembre.

Hamdi Pacha, A. (2016). le tourisme culturel durable comme moteur de développement et de mise en valeur du patrimoine culturel urbain, cas de la vallée de M'Zab –Algérie-, actes de : 7^{èmes} *Journées scientifiques du tourisme durable*, 27-29 avril. Université de Paris 13 et EHET Tunis.

ICOMOS, (1999). *Charte internationale du tourisme culturel, la gestion du tourisme aux sites de patrimoine significatif*, 12ème assemblée Générale au Mexique, p. 22, Octobre.

Juanchich, L. 2007. *Tourisme et territoire : les apports du tourisme culturel au développement local*, (thèse de master en science économique), université Lyon 2. Url : doc.sciencespo-lyon.fr/Ressources/Documents/Etudiants/.../SECI/.../juanchich_1.pdf.

Madani, R. (2016). *Comment sauvegarder le patrimoine historique de la vieille ville de Constantine*. Url : http://www.archi-mag.com/actu_31.php.

Merlin, P. (2001). *Tourisme et aménagement touristique*, édition de la documentation française, Paris, p. 16.

Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et du tourisme (MATET), (2008). *Schéma directeur d'aménagement touristique "SDAT 2025", Livre 3, Les sept pôles touristiques d'excellence (POT)*, Janvier, P : 05.

Ministère de la culture algérienne, (2007). *Schéma directeur des zones archéologiques et historiques*, p. 52.

Moll, C-A. (1885-1861). *Mémoire historique et archéologique sur Tébessa et ses monuments, France*, Archive de l'office de Gestion et d'Exploitation des Biens Culturels de la wilaya de Tébessa, p. 33, 34.

O.N.S. (2008). *Population résidente par âge, par sexe et par wilaya*, Population RGPH 2008, Url. : <http://www.ons.dz/-Population-RGPH2008-.html>.

Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE), 2009. *The Impact of Culture on Tourism*, [En ligne], Url. : www.oecd.org.

UNESCO, (1972). *Convention pour la protection du patrimoine mondial culturel et naturel*, p. 01, Paris, 19 novembre.

UNESCO, (2003). *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel*, p. 05, Paris, 17 octobre.

L'évènementiel, outil de marketing urbain et de dynamique urbaine : vers une promotion touristique de la ville de Constantine, capitale de la culture arabe 2015

BELKHARCHOUCHE Asma

*Université Constantine 3
Faculté d'architecture et d'urbanisme
Laboratoire AUTES
Courriel : Asmabel.urb@gmail.com*

BENHASSINE Nassira

*Université Constantine 3
Faculté d'architecture et d'urbanisme
Laboratoire Architecture Bioclimatique et Environnement
Courriel : farah.alg@hotmail.com*

Résumé

L'importance des événements festifs pour promouvoir le développement touristique des territoires n'est plus à démontrer. Dans le cadre de la concurrence que se livrent les territoires, l'évènementiel est devenu un véritable outil de différenciation. Ce constat nous a conduit, à travers le cas de l'évènement 'Constantine capitale 2015 de la culture arabe' à analyser l'impact des événements urbains festifs et leurs effets dans le développement touristique des villes. Nous avons, dans cet article, tenté de répondre à plusieurs questions : ce type de communication événementielle conduit-il à un apport d'image positive ? L'évènement 'Constantine capitale 2015 de la culture arabe' a-t-il renforcé la notoriété et favorisé l'image de Constantine ? L'évènementiel comme outil de marketing territorial, de légitimation de projets urbains et d'attractivité touristique a-t-il été instrumentalisé et bien exploité par les acteurs locaux ?

Mots clés : *évènementiel, marketing urbain, dynamique urbaine, tourisme, Constantine*

Introduction

Dans un espace mondialisé où la compétition entre les villes ne cesse de s'accroître et les techniques utilisées dans le monde économique, dont le marketing, tendent à imprégner la sphère des décideurs urbains, l'événementiel s'affirme comme étant un complément naturel pour un renforcement réussi de l'image identitaire d'une ville, et que Andrew Smith (cité par Cheviron, 2012) définit comme une activité promotionnelle permettant de présenter des images adéquates aux marchés touristiques et de dynamiser l'espace par lequel il passe.

À partir de la date de désignation de la ville de Constantine capitale de la culture arabe 2015, l'événement deviendra la nouvelle boîte à outils de planification pour lancer une série de projets. Il s'agit de la réalisation de nouveaux édifices, mise en valeur et préservation du patrimoine bâti, réhabilitation des anciens tissus, aménagement de parcs urbains, opérations d'embellissement urbain et autres (Messali, 2016). Dans ce contexte de changement, diverses interrogations se formulent : Quels impacts de l'événementiel culturel sur le tourisme. Capitale de la culture arabe pourrait-il être le moyen de hausser le tourisme à Constantine ?

Notre contribution traite de la question de l'apport de l'événement capitale de la culture arabe sur le devenir touristique d'une ville dont les potentialités touristiques sont indéniables. La recherche de réponses aux interrogations mentionnées, basée sur l'analyse des documents des secteurs culturel et touristique, des articles de presse mais aussi sur des entretiens avec les responsables des secteurs concernés, passera par une exposition des points forts et handicaps du tourisme à Constantine qu'a développé l'événement capitale de la culture arabe comme outil de marketing de la ville et un booster de son dynamisme. Nous quantifierons cette dynamique à travers l'analyse de fréquentation touristique de certains projets mis en place à l'occasion de cet événement.

Les évènements culturels, un potentiel touristique indéniable

Sportif et culturel, grand et petit, répétitif ou pas, l'événementiel est de plus en plus répandu et défini de diverses manières et selon

différents critères. Montréal est l'une des premières villes qui a misé sur l'événementiel pour la concurrence internationale en organisant deux grands événements à savoir l'exposition universelle de 1967 et les JO de 1976 suivis d'une série d'événements (Fronco folie, Montréal en lumière ...) jusqu'à compter soixante événements par an (Boughaba, 2015). Ces festivals ont généré de nombreuses retombées culturelles, économiques et touristiques, le lien entre l'événementiel et le tourisme est indéniable.

Au-delà des différents types d'événements, l'événementiel culturel connaît une montée en puissance tout comme son économie, il existe peu d'approches globales du phénomène (Vauclaire, 2009). Défini par collin-lachaud (cité par Miranda et Cermakova, 2009) comme étant des manifestations ponctuelles et répétitives intervenant dans le domaine de la culture ; et des productions culturelles (Gravari-Barbas et Violier, 2003) ces derniers ont pris une place de plus en plus importante dans l'ensemble de la vie culturelle (Miranda et Cermakova, 2009).

De nombreux travaux se sont penchés depuis une trentaine d'années sur les impacts que ces grands événements culturels entraînent pour une ville ou une région, que ce soit sous l'angle économique, social, environnemental ou touristique. Nantes, Angoulême, Prague et autres placent l'événement au centre de leurs stratégies urbaines en vue de les promouvoir, de les faire exister, de les rendre attrayantes et d'inciter à les pratiquer, à y investir son temps, ses loisirs ou son capital (Dumont, 1999).

L'expérience de capitale de la culture européenne qui est un titre attribué annuellement à une ou plusieurs villes, et qui avait des objectifs au départ purement culturels, et dont l'objectif de son organisation se transforme en gagnant des allures commerciales et touristiques, représente une illustration des plus représentatives en matière de potentialités touristiques des événements culturels. Lille est une des villes françaises qui a réussi à accélérer son développement urbain et attirer les visiteurs et les investisseurs par l'événement « capitale européenne de la culture ». Lille a ainsi enregistré 823.000 visiteurs à l'office du tourisme en 2004 (contre 308.000 en 2003), une augmentation de 27,2% entre 2003 et 2004

des nuitées dans l'hôtellerie lilloise (hausse de 37% pour les seuls étrangers) (Dutoya, 2008). Pareil pour la Turquie et qui selon l'Organisation Mondiale du Tourisme, a vu augmenter de 1.7% le nombre d'entrées de touristes sur son territoire en 2009 et 6.5% en 2010, à l'occasion d'Istanbul, capital, de la culture européenne 2010 (Cheviron, 2012).

On peut situer les activités de capitale culturelle de l'Europe parmi les phénomènes induits par la mondialisation économique et culturelle. Ainsi, nous assistons à une création d'une image favorable des grandes villes en tant que destinations potentiellement touristiques. Les villes auxquelles est attribué ce titre de capitale culturelle de l'Europe se sont créées de nouvelles images en utilisant des techniques de « city branding » (Richards et Wilson, 2004). D'ailleurs c'est dans cette même vision que les villes algériennes qui après avoir été confrontées à de nombreux problèmes qui contribuent à réduire leurs aires d'influence, limiter leur rayonnement, compromettre la qualité de leur urbanisation et ternir leurs images, ont opté pour cette nouvelle politique pour remédier à ce problème en considérant l'événementiel comme un élément saillant pour une revalorisation et requalification urbaine (Benabbas Kaghouché, 2013) et un booster de l'activité touristique dans les villes .

Constantine, ville phare de l'Algérie pour un retour sur la scène internationale

Selon le schéma directeur d'aménagement touristique de la wilaya de Constantine (SDATW, 2013), les revenus liés au tourisme en Algérie ne dépassent pas les 10% du produit intérieur brut (P.I.B) et le pays se classe au 134^e rang mondial. Le rapport 2014 de l'organisation mondiale du tourisme classe l'Algérie 4^e destination touristique en Afrique avec ses 2.7 millions de touristes étrangers en 2013 qui, malgré sa nette progression par rapport à 2012, reste en recul immense par rapport aux chiffres enregistrés chez nos voisins marocains (10,2 millions touristes) et Tunisiens (6,3 millions de touristes) (Forum économique mondial, 2013).

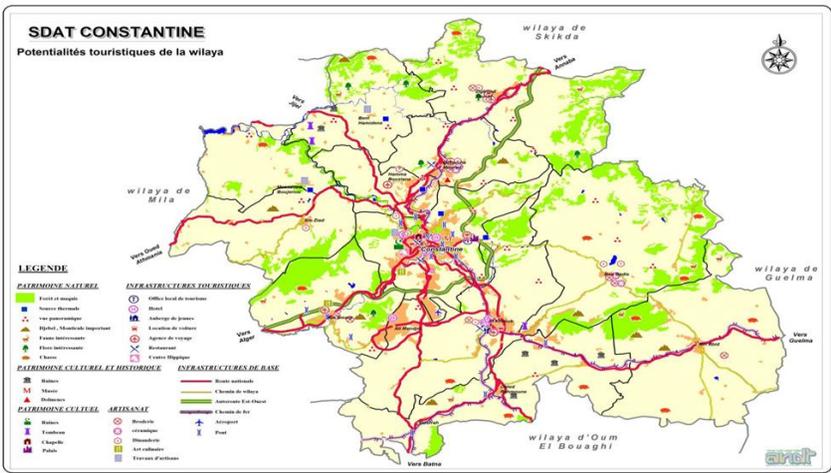
Face à cette nouvelle donnée mondiale, qui dresse le secteur du tourisme comme levier économique stratégique, l'Algérie aspire aujourd'hui au développement réel de ce secteur grâce à une nouvelle dynamique d'accueil et de gestion du tourisme en se servant de l'événementiel comme outil de marketing urbain et de dynamique urbaine des villes.

Après Alger et Tlemcen, Constantine semble constituer le socle idéal à sculpter pour un retour sur la scène internationale. Cette ville caractérisée par une position géographique stratégique, située à moins de deux heures du principal marché émetteur de touristes (bassin méditerranéen) d'une part et sur une voie trans maghrébine historique la reliant au golfe de Gabès et au Machrek d'autre part depuis des siècles exerce son influence en tant que grande métropole, tant sur le plan économique que sur les plans culturels et religieux (SDATW, 2013) (fig. n° 1).



Figure n° 1. Situation géographique de la ville de Constantine
(source :wikipedia.org)

Constantine est également une ville conventionnellement belle aux moult événements naturels qui ont au fil du temps laissé leurs empreintes en sculptant des paysages à couper le souffle : montagnes, falaises, grottes, affluents, sources minérales, plateaux composent en harmonie. Cette ville, aux curiosités naturelles indéniables a aussi un patrimoine culturel richissime (carte 1), racontant son histoire à travers le temps depuis la préhistoire à la période coloniale qu'a vécue le pays au 20ème siècle. Chaque partie de cette ville est un maillon de l'histoire de la région, du pays voire du monde, les traces de l'homme datant d'un million d'années retrouvées sur les hauteurs du Djebel El Ouahch, les grottes de Sidi Mcid et Mansourah en attestent (SDATW., Constantine, 2013).



Carte n° 1. Les potentialités touristiques de la ville de Constantine (source : SDAT, Constantine 2013)

Cirta (ancien nom de Constantine), ville des ponts, ville du rocher, l'île volante, la ville des deux R... (photos n° 1, 2) quand on a autant de noms, on ne peut qu'attirer curieux, aventuriers, historiens, artistes et touristes si seulement le travail de la promotion de la ville aurait été pris en charge par les collectivités locales. Mais, le secteur du tourisme est en berne dans cette cité millénaire et qui a, depuis 50 ans, subi des dégradations énormes marquées par un retard flagrant en matière d'équipements et

d'infrastructures d'accompagnement sans qu'il y ait des programmes conséquents pour y pallier.

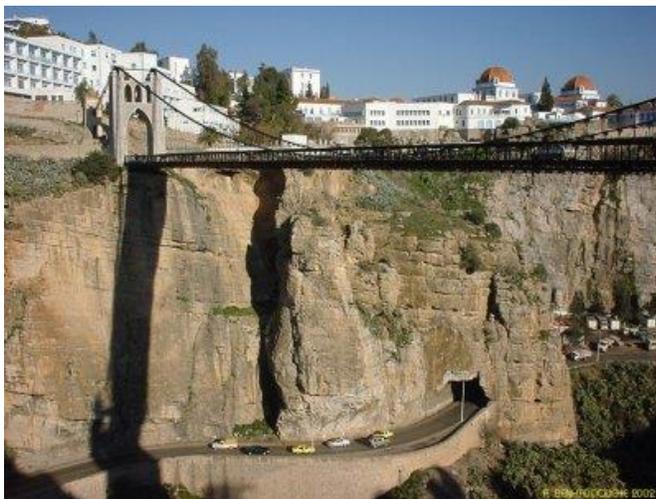


Photo n° 1. Le pont de Sidi M'cid (source : web).



Photo n° 2. Le pont de Sidi rached (source : web).

Constantine, capitale de la culture arabe 2015, une opportunité à saisir

Dans l'optique d'ériger Constantine comme destination d'excellence, de recouvrer ses fonctions séculaires de métropole de l'Est Algérien, de résorber ses carences en matière d'équipements, d'infrastructures d'accueil et de bénéficier d'une stratégie de marketing et de promotion bien définie, l'État adopte l'évènement capitale de la culture arabe comme outil pour relever ce défi .On

assiste à une inscription d'un programme global et consistant qui va toucher l'ensemble des aspects urbains d'une ville à une échelle importante : une série d'actions, de projets culturels, de projets d'accompagnement qui participent aux transformations urbaines. Il a fallu attendre cet événement pour que la ville bénéficie enfin d'un aménagement de qualité (Messali, 2016), d'un renforcement de centralité (fig. 2) marqué par l'inscription de projets nouveaux, réhabilitation et rénovation d'équipements culturels existants à une opération de plan Marshal (carte n° 1) d'après le responsable de l'Office National de gestion et d'exploitation des biens Culturels protégés (OGEBC) Zekagh Abdelwahab (Messali, 2016). Concernant le pôle patrimonial de la ville et qui s'est étalée même en dehors du périmètre de sauvegarde, une restauration de la vieille ville, la médina de Constantine représente depuis toujours le «cœur battant» de la ville, a bénéficié un Programme d'accompagnement tous azimuts, (hôtel haut standing, réhabilitation du chemin des touristes, réalisation d'un parc urbain à Bardo, renforcement et collectes de déchets, calibrages des oueds Boumerzoug et Rhumel, réhabilitation du site de Sidi M'cid, prise en charge du patrimoine immobilier (façades, cage des escaliers, ascenseur, étanchéité, etc.)

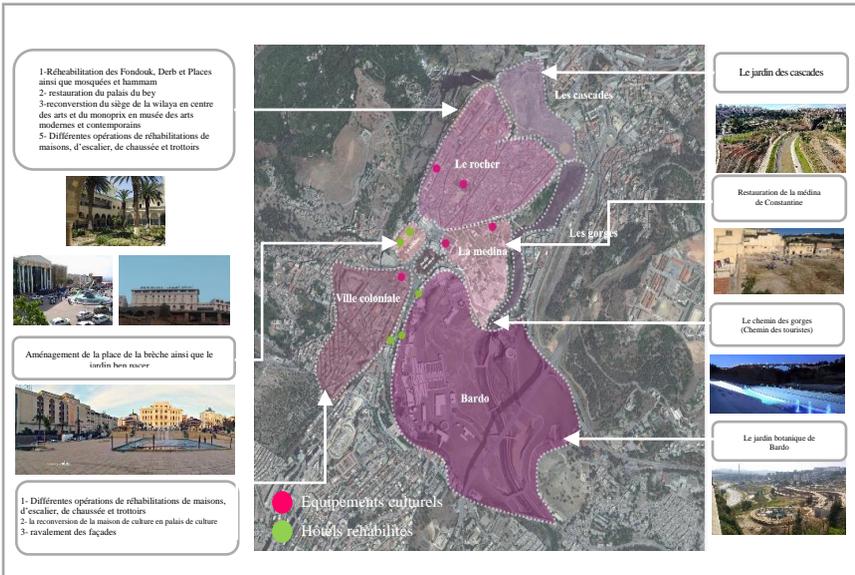


Figure n° 2. Projets et opérations dans le cadre de Constantine capitale de la culture arabe 2015.

La capacité d'accueil, le maillon faible de la chaîne touristique

La fréquentation des établissements touristiques de la wilaya de Constantine indique un manque d'infrastructures hôtelières (tableau n° 1). Selon la direction du tourisme de Constantine (2013), la ville ne dispose que de onze établissements classés avec une capacité d'accueil estimée de 2080 lits, entre établissements classés et non classés.

Nom de l'hôtel	Statut juridique	Nombre de lits	Classement*
Panoramic	public	144	4
Arc En Ciel1	privé	150	3
Cirta	public	120	3
Hôtel Hocine	privé	200	4
Arc En Ciel 2	privé	160	3
Novotel	privé	234	3
Ibis	privé	344	3
El Bey	public	160	3
Les Princes	privé	52	2
Ben M'hidi	privé	51	1
Grand Hôtel	privé	71	1
Sidi Lakhthar	privé	41	non classé
Hôtel Central	privé	35	non classé
Jugurtha	privé	33	non classé
Houb El Kheir	privé	20	non classé
E L Montazah	privé	31	non classé
Cyros	privé	34	non classé
Hawa Talk	privé	110	non classé
Aurès	privé	24	non classé
Grion	privé	66	non classé
Total		2080	

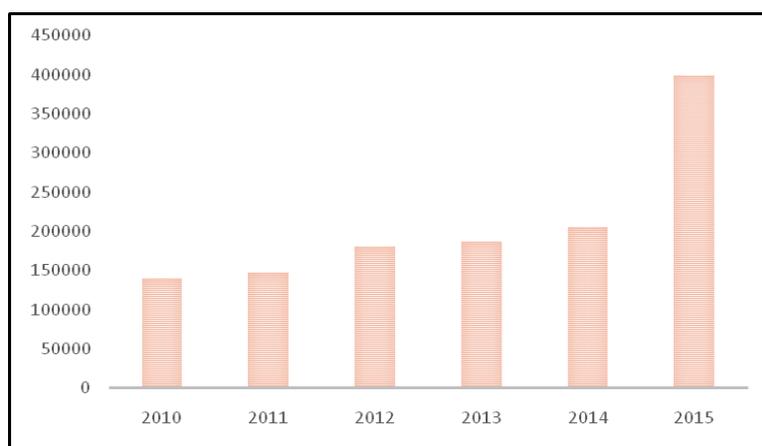
Tableau n° 1. Les établissements hôteliers de la wilaya de Constantine en 2013 (source : DTA Constantine).

Il est important de souligner que l'hôtel Marriott est la seule structure d'hébergement "haut standing" de la ville qui est classé 5 étoiles. Cette infrastructure touristique vise à contribuer dans une large mesure à résorber le déficit enregistré en matière d'infrastructures d'accueil qui constitue le maillon faible de la

chaîne touristique. Ce dernier a accueilli 45298 touristes au titre de l'année 2016 (DAT, 2016), et nous remarquons également l'augmentation conséquente du nombre de touristes visitant Constantine à l'occasion de l'évènement (tableau n° 2 et graphique n° 1) et même au cours des mois qui ont succédé (Selon Lebed Hacem directeur du tourisme, plus de 500000 touristes ont visité la ville).

Les années	Les touristes nationaux	Les étrangers	total
2010	125034	15052	140086
2011	129736	17128	146864
2012	148211	33257	181468
2013	155205	31657	186862
2014	168769	36550	205319
2015	351925	47361	399286

Tableau n° 2. Nombre des touristes de la ville de Constantine (source, DAT, 2015).



Graphique 1. Le nombre total des touristes selon les nuités (source : DAT, 2015).

Cet hôtel a également permis un changement de l'image de la zone où il se situe (photo n° 3) et un développement plus grand de l'activité touristique dans la ville des Ponts et dans la wilaya dont le parc hôtelier a atteint aujourd'hui le nombre de 25 hôtels, dont 12 sont classés, et qui comptabilisent 2.500 lits, ce qui reste quand même insuffisant pour une ville de l'envergure de Constantine.



Photo n° 3. Hôtel Marriott, vue nocturne (source : Hotels.com)

Un autre indicateur quantitatif de la dynamique créée et de la fréquentation des équipements mis en place à l’occasion de l’évènement est la salle de spectacle Ahmed Bey Zenith qui vient répondre aux besoins de la wilaya de Constantine en matière des salles de spectacle de grande capacité. En effet avant la réalisation de cette salle la plupart des événements culturels étaient programmés au palais du bey, la maison de la culture Malek Hadad, le palais de la culture el Khalifa ou même dans d’autres communes comme el khéroub.

Durant sa courte durée d’exploitation à partir du mois d’avril 2015, l’équipement a connu une cadence importante (touristes nationaux et étrangers) lors de la venue d’une star locale ou internationale et une fréquentation moins importante lors des évènements moins importants (photon° 6).

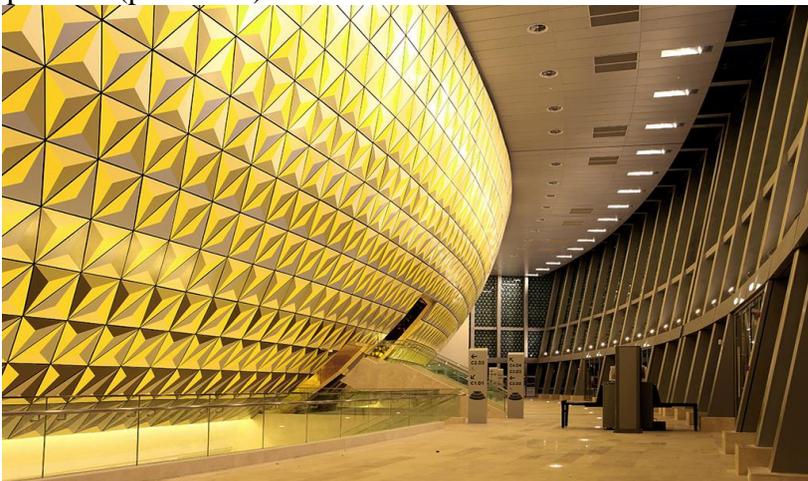


Photo n° 6. La grande salle de spectacles “Zénith” (source : Algerie-dz.com).

Les nouveaux projets structurants dont Constantine a pu jouir et la publicité dans les Médias évoquant ses vertus, vulgarisant ainsi que le programme de son évènement, et relatant ses richesses culturelles constituent des éléments de revalorisation de son cadre urbain, etc, ont apporté une plus-value incontestable à la ville.

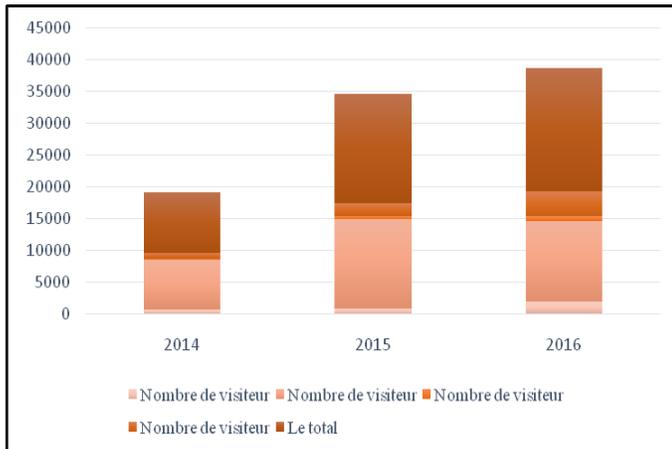
Le patrimoine architectural porteur et allié du tourisme à Constantine

L'implication économique du patrimoine s'impose comme défi, afin que le patrimoine puisse créer des richesses, offrir des ressources et générer une valeur ajoutée pour l'économie sociale. Le patrimoine est appelé ainsi à contribuer à la dynamique socioéconomique(Benyoucef, 2008) .

Parmi les bijoux de la "ville du savoir", le palais du Bey. Ce dernier a été un des centres d'intérêt des visiteurs pour la manifestation "Constantine, capitale 2015 de la culture arabe". Il représente la trace vivante de la civilisation Ottomane. Sa construction fut entreprise en 1826. Inauguré en 1835 il ne tarda pas à être occupé par l'armée française et visité par Napoléon III. Actuellement, musée Public National des Arts et Expressions Culturelles Traditionnelles il accueille un grand nombre de visiteurs de différentes catégories notamment les délégations officielles, écoliers, visiteurs locaux et étrangers (tableau n° 3).

Année	Nombre de visiteur				Total
	Ecoliers	Les delegations officielles	Les visiteurs locaux	Les etrangers	
2014	877	231	7808	640	9556
2015	1937	489	14034	893	17353
2016	4011	742	12619	1990	19362

Tableau n° 3. Nombre des visiteurs du palais du Bey 2014-2016
(source : Musée Public National des Arts et Expressions Culturelles Traditionnelles, 2016).



Graphique 2. *Fréquentation touristique du palais du bey (source : Musée Public National des Arts et Expressions Culturelles Traditionnelles, 2016).*

Les chiffres indiquent l'augmentation du nombre de visiteurs entre 2014 et 2016, nous pouvons cependant lier cette augmentation avec le Mois d'Avril qui représente le mois du patrimoine 2015 à Constantine mais aussi à l'inauguration officielle de la manifestation "Constantine Capitale de La Culture Arabe 2015".

Constantine, capitale du tourisme 2017 : les espoirs d'une ville touristique

Après capitale de la culture arabe, « Constantine capitale du tourisme 2017 », on en parle partout, un événement qui va inscrire cette ville dans le registre des capitales touristiques est une opportunité qui incite à attirer plus de touristes d'ici et d'ailleurs et surtout à rehausser l'économie de la ville.

Ce titre ne lui a certainement pas été décerné sans convenance. Cette métropole est la troisième plus importante ville de l'Algérie, mais aussi l'une des plus anciennes cités du monde, mais ce qui est constaté c'est qu'aucun programme clair et définie n'est mis à notre disposition à un point que nous commençons de douter de cette information, selon le journal de l'expression d'Algérie Les autorités devant déjà commencer à prendre les choses au sérieux sont en «berne».

Cet évènement de grande envergure touristique devrait permettre à la ville des ponts de rivaliser avec les grandes destinations touristiques en s'appuyant sur les potentialités et richesses de son territoire et des infrastructures et projets structurants dont elle a bénéficié à l'occasion l'évènement capitale de la culture arabe.

Une telle manifestation est en mesure de relancer le secteur du tourisme dans cette ville qui attend d'être équipée de piscines, d'aqua-parcs et autres lieux de détente après avoir acquis plusieurs infrastructures hôtelières, quelques beaux espaces verts et surtout que certains de ses monuments ont été restaurés (expression, 2016).

Conclusion

Au fil de cette recherche guidée par des indicateurs de développement touristique de la ville à l'occasion d'un grand évènement culturel, on aperçoit que la vivacité culturelle de Constantine a l'air de jouer un rôle positif dans l'augmentation du nombre de visiteurs nationaux et étrangers

Le tourisme culturel à l'instar des autres types de tourisme, gagne des territoires de plus en plus nombreux dans le monde et Constantine au patrimoine culturel richissime s'impose de fait comme un centre de gravité culturelle de toute la région Nord-est dont l'influence dépasse largement le contexte régional.

Ce qui est important à souligner est que l'évènement capitale de la culture arabe 2015 représente certes une opportunité pour le redynamisme et la renaissance de Constantine et sa promotion au rang d'une destination touristique, mais il ne peut pas toutefois accomplir des miracles, car malgré cette panoplie de projets de valorisations, de mise en valeur et l'augmentation en nombre de lits enregistrée lors des deux dernières années par la réalisation de nouveaux établissements hôteliers, le niveau d'accueil rest bas pour faire face à la dimension touristique projetée.

Constantine avec ses spécificités, son identité forte a plein d'indices qui peuvent devenir des éléments de sa remise en valeur. Cette ville porte en elle les espoirs d'une ville touristique si seulement on prêtait une attention particulière à son marketing, à ses sites touristiques qui attendent d'être exploités et rentabilisés de

manière optimale, comme cela se fait partout ailleurs dans le monde. « Constantine, capitale de la culture arabe », est un événement tant espéré pour certains, insignifiant pour d'autres et un mérite pour les plus conscients. Il reste forcément une aubaine pour sortir la ville de son isolement, un épanouissement devant offrir une satisfaction culturelle mais surtout une veine vers un processus de city branding animée par l'organisation des événements artistiques et culturels nationaux et internationaux.

Bibliographie

Agence nationale de développement du tourisme, (2013). *Schéma directeur d'aménagement Touristique de la wilaya de Constantine*, SDATW, Constantine, p. 145.

Bajon, C., 2011. *En quoi un événement sportif peut-il avoir une place légitime dans la politique du Grand Nancy ? Exemple du Gala International de Tennis de Nancy*. Mémoire de Master. L3 STAPS, Université de Lorraine.

Url. : http://docnum.univ-lorraine.fr/public/SCDSCI_M_2011_BAJON_CLEMENT.pdf

Barthon, C., Garat, I., Gravari-Barbas, M., et Veschambre, V., (2007). L'inscription territoriale et le jeu des acteurs dans les événements culturels et festifs : des villes, des festivals, des pouvoirs. *Géocarrefour*, 82(3), 111–121.

Benabass kaghouché, S., (2013). En marketing urbain, l'événementiel est un élément saillant. La Tribune du 20 novembre 2013, Url. : <http://www.djazairess.com/fr/latribune/101529>

Benyoucef, B., (2008). Le patrimoine au cœur du tourisme culturel. In Colloque International «*Tourisme oasien : formes, acteurs et enjeux* ». Université Ibn Zohr, Agadir (Maroc), Faculté Poly disciplinaire de Ouarzazate, 23-25 octobre 2008. Url. : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00790476/>

Boughaba, C., (2016). *La scénographie urbaine entre planification et événements, Cas de la ville de Constantine*. Mémoire de Master, faculté d'architecture et d'urbanisme, Université Constantine 3.

Gravari-Barbas, M., et Jacquot, S., (2007). L'événement, outil de légitimation de projets urbains : l'instrumentalisation des espaces et des temporalités événementiels à Lille et Gênes. *Géocarrefour*, 82(3), 155–163.

Gwiazdzinski, L., (2009). Chronotopies-L'événementiel et l'éphémère dans la ville des 24 heures (Chronotopia-The happening and the ephemeral in the 24-hour city). *Bulletin de l'Association de géographes français*, 86(3), 345–357.

Messali, S. (2016). *Constantine Capitale de la Culture arabe 2015, Quel apport de l'évènementiel à la ville par une démarche de projet urbain ?* Mémoire de Master, Université Constantine 3.

Miranda M., Cermakova E., (2009). L'impact de l'événementiel dans le développement touristique des villes : typologies, effets spatiaux et représentation des territoires (*The impact of the urban events and festivities on the touristic development of cities : Typologies, spatial effects, and territorial representation*). In : *Bulletin de l'Association de géographes français*, 86e année, 2009-3 (septembre). L'événementiel et les villes touristiques, sous la direction de Edith Fagnoni et Jérôme Lageiste. pp. 388-397.
DOI : <https://doi.org/10.3406/bagf.2009.2683>

Total Cheviron, N., (2012). Le culturel, le touristique et la ville : la quête d'une nouvelle image urbaine d'Istanbul. *Iletis-im*, (16), pp. 87-105, url. :
<http://dergipark.ulakbim.gov.tr/gsuilet/article/viewFile/5000004767/5000005267>

Vauclare, C., (2009). Les événements culturels : essai de typologie. *Culture études*, (3), 1-8.

L'endettement de l'hôtellerie tunisienne : l'image d'un héritage structurel

Hatem HAMDI

EVS-ISTHME- UMR 5600 CNRS

Université Jean Monnet de Saint-Etienne

Courriel : hatem.hamdi@univ-st-etienne.fr

Résumé

L'endettement hôtelier en Tunisie a de multiples origines et certains antécédents qui ont toujours été présents jusqu'à nos jours. Il dépend principalement de la situation vécue pendant la colonisation parmi lesquels, les moyens déployés pour sa structuration et son lancement comme le rôle joué par les prêts bancaires. Avec la pratique des crédits hôteliers, l'instauration de procédures avantageuses en faveur des capitaux et l'application des différentes taxes, l'industrie hôtelière s'avère un secteur aléatoire à ses débuts et en déclin par son endettement au temps actuel.

Mots clés : *hôtellerie, endettement, Tunisie coloniale et postcoloniale, crédit et taxe, héritage structurel.*

Abstract

Hotel debt in Tunisia has many origins and some antecedents that have always been present until today. It depends mainly on the situation lived during the colonization among which, the means deployed for its structuring and its launch like the role played by the bank loans. With the practice of hotel loans, the introduction of advantageous procedures for capital and the application of various taxes, the hotel industry turns out to be a random sector in its infancy and in decline by its indebtedness in the present time.

Keywords : *hotel, debt, colonial and postcolonial Tunisia, credit and tax, structural inheritance*

Introduction

Il s'avère étonnant de s'intéresser aux difficultés rencontrées par le secteur hôtelier tunisien depuis son développement pour saisir les enjeux de sa situation actuelle. Aborder cette donnée historique, c'est évoquer les différents types d'obstacles vécus et les figures d'interventions élaborées, aussi c'est faire surgir les solutions employées pour relancer l'équipement hôtelier et les méthodes adoptées pour assurer sa continuité. A la période coloniale, le recours à l'emprunt était inévitable pour financer la réalisation des premiers plans d'établissement d'hôtel, comme cela a été aussi le cas pour l'implantation d'une industrie touristique, à l'époque de la Tunisie indépendante. Il s'agit d'une pratique de prêts bancaires conditionnés par un ensemble de modalités, facteurs d'handicap. Deux administrations, coloniale et postcoloniale, partageant les mêmes conduites de financements au profit de l'équipement hôtelier.

C'est au moment de l'expansion coloniale que le tourisme et l'hôtellerie ont pris leur essor en Occident et en Amérique du Nord. Les capitalistes coloniaux et les acteurs politiques intègrent donc deux idées différentes du tourisme : premièrement, comme production de richesses ancrée dans les secteurs de services, et deuxièmement comme outil de mise en valeur. Ces visions vont systématiquement être transposées aux territoires colonisés par l'implantation de pratiques touristiques et hôtelières et l'exercice de multiples formalités pour assurer ses activités. A travers l'organisation des institutions spécialisées dans le crédit hôtelier et l'émergence d'une volonté politique en faveur des acteurs privés, se dévoile la manière dont des autorités gèrent les programmes de construction hôtelière. Des mesures financières perceptibles visent au développement mais sont comprimées par des instructions fiscales inappropriées. En effet, lorsqu'un pays adopte une activité économique aussi importante que celle du tourisme, une lecture de sa première structuration est requise. Une étude évaluative de son passé et l'observation de son évolution permettent une bonne maîtrise de ce secteur. D'ailleurs, en 1979, Azzam s'est aperçu de l'importance de la prise en compte de la notion de temporalité dans la compréhension des faits actuels constatés :

L'économiste, qui travaille sur les problèmes actuels, ne peut prétendre à quelque efficacité s'il ne pose pas de questions aux

données de l'histoire. Il lui faut [...] interroger l'évolution historique pour découvrir quelles sont les questions justes à poser aussi bien au passé qu'au présent pour comprendre et agir sur ce présent (Azzam, 1979).

L'intérêt d'une approche sur la thématique du tourisme colonial « renseigne à la fois sur la genèse et le développement de l'activité en territoire colonisé, mais également sur la filiation entre tourisme colonial et tourisme actuel » (Demay et Jennings, 2014). Sur ces entrefaites, l'attention est de repérer les différents dispositifs des premiers plans de création d'hôtels en Tunisie. Quels encadrements financiers ont permis leurs élaborations ? Et quelle a été l'influence des procédures de gouvernance sur le développement des activités hôtelières ? Y a-t-il des similitudes entre les conduites du passé et les politiques du présent ?

La mise en main du capital colonial

L'établissement de la colonisation, « ouvre brutalement la Tunisie à la pénétration des colons et des capitaux » (Troin, 2006, p. 203). D'après Kassab, toutes les entreprises modernes, [...], bancaires, touristiques [...], ont été créées grâce aux capitaux étrangers, français essentiellement » (Kassab, 1976, p. 178). D'ailleurs, « l'industrie hôtelière a été quasiment financée par des capitaux d'origine non tunisiens » (A. D. N, Bobine n° R 25, 1949, folio. 5). Tout a débuté, quand les capitaux français ont été attirés par des placements très avantageux, notamment avec la loi de juillet 1904¹¹ qui transforme la Régence en terrain de chasse pour les fonds privés appartenant à des grandes sociétés et à des colons soutenus par les banques. La plupart des placements est basée essentiellement sur la richesse de la terre, ainsi que sur le tourisme et l'hôtellerie. La majorité des hôtels durant cette époque appartenaient à des propriétaires possédant des exploitations agricoles mais également à des administrateurs à la tête de sociétés et d'industries¹². Les fonds utilisés pour la construction et la

¹¹. Loi 1904 servant à la protection intégrale de l'agriculture coloniale et d'assurer l'industrie métropolitaine sur le marché tunisien. Aussi, il garantit l'union douanière et simplifie l'exportation.

¹². Cette indication est parmi les conclusions de notre thèse en cours sur « La Tunisie et le phénomène touristique. Une approche historique et patrimoniale de l'hôtellerie tunisienne à l'époque coloniale », Université Jean Monnet, Saint-Etienne.

modernisation de leurs établissements provenaient de bénéfices nets de leurs hôtels, de prêts bancaires et de revenus de leurs domaines. Citons par exemple l'hôtel Tunisia Palace, qui fut bâti en 1902 grâce à des capitaux français et belges appartenant à deux administrateurs. L'un d'eux était basé dans une industrie marseillaise (A. D. N, Bobine n° R 34, 1950, folio. 3). La Compagnie Générale transat a créé sa chaîne d'hôtels dans de nombreuses villes telles que Tozeur, Ain Draham et Tunis. L'hôtel des Oliviers à Sfax a, quant à lui, été construit par la Compagnie du chemin de fer de Sfax-Gafsa, sans oublier la chaîne des hôtels Hionard qui a été à l'origine de l'hôtel Dar Zarrouk à Sidi-Bou-Saïd, le Splendide à Kairouan ou encore à Tozeur et le Grand hôtel à Djerba (A. D. N, Bobine n° R 34, 1950, folio. 4).

Dès la fin de la 1^{ère} Guerre Mondiale, l'autorité coloniale commença à se préoccuper des problèmes soulevés par le secteur touristique et hôtelier. Pendant la période des grands flux touristiques internationaux de 1920 à 1934, le flot de voyageurs riches en Tunisie constitua pour les capitalistes un attrait suffisant pour des investissements dans l'industrie hôtelière. Cette ère a été envisagée comme l'âge d'or du mouvement touristique : la Régence avait recensé 100 000 touristes en 1929 (A. D.N, Bobine n° R 25, 1949, folio. 1). De plus, l'équipement hôtelier a atteint son plus grand nombre d'hôtels : 57 ont été comptabilisés en 1926 (Bulletin mensuel de l'office du protectorat Français Tunisie, mars 1926, pp. 36-39) puis 76 en 1933-1934 (C. A. D. N, Microfilm n° 2Mi 514, 1922-1949, folio. 342-349). Mais une succession d'évènements liés à la crise de 1930, puis à la seconde guerre mondiale a impacté le pays par de nombreux dégâts et l'a ramené à son point initial. Selon une note documentaire datée du 8 novembre 1946, « la Tunisie offrait un spectacle désolant » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1002, 1881-1949, folio. 4) de destructions et réquisitions, répertoriées sur les infrastructures dont les hôtels, a déclenché une immense crise des chambres. Le nombre de ces dernières était bien inférieur aux demandes et les hôtels étaient loin d'être satisfaisants. Donc, la nécessité était de procéder à l'aménagement des hôtels existants et à la construction de nouveaux établissements. Or, la principale difficulté se situait sur le plan financier. Des organisations sectorielles furent imposées et des

réformes de modernisation mises en place avec des garanties d'ordre et de sécurité.

Crédit hôtelier : une mesure de réanimation divergente

Parmi les plans de révisions incitant la reprise du tourisme¹³, figure la création d'une banque hôtelière spécialisée dans le crédit hôtelier et gérée par la Banque populaire française de Tunisie, une succursale des grandes banques métropolitaines. Le crédit hôtelier a été constitué le 26 novembre 1927, sous le régime des décrets Beylical du 10 décembre 1919 et du 13 février 1934, sur le crédit commercial mutuel. Son fonctionnement était en grande partie assuré grâce au fonds de neutralité. Il importe de retenir que cet établissement bancaire gérait à la fois des fonds privés et des fonds étatiques, et mettait à disposition des hôteliers, moyennant un intérêt, les sommes qui leur étaient nécessaires pour apporter des améliorations à leurs hôtels.

Dans ce cadre, des opérations d'octroi de crédits ont été allouées et des avances du fonds de modernisation et d'équipement ont été attribuées. Des mesures d'ordre financier se sont avérées opportunes pour attirer les investisseurs tout en étant sous le contrôle de l'État, représenté au sein du conseil d'administration (A. D. N, Bobine n° R 25, 1949, folio. 5). Selon les archives du bureau de la Résidence générale de France en Tunisie, le but de ces remaniements était d'encourager le développement et l'amélioration de l'industrie hôtelière et, à cet effet, de former soit avec des hôteliers ou des sociétés hôtelières, des transactions bancaires pour faciliter leur fonctionnement (C. A. D. N, Microfilm n° 2Mi 1482, 1945-1949, folio. 16-17). Ces actions se déroulaient avec plusieurs types d'escompte tels que celui de warrants hôteliers et la simplification d'ouverture de crédits avec ou sans nantissement, mais elle proposait aussi des prêts à long terme en vue de l'aménagement, de la modernisation ou de la construction d'hôtels touristiques. Contrairement à la plupart des institutions de

¹³. Depuis l'approche de procédé une excursion touristique raccordant directement la France avec l'ensemble de ses colonies africaines, c'est là que le choix fut de déterminer le tourisme comme le premier pilier économique de la Tunisie considérant que « sa grande richesse sera le tourisme ». Cette décision fut apparue d'après l'administration française comme une action prioritaire afin de restructurer l'économie du pays suite à la fin de la seconde guerre mondiale. (C.A.D.N, Microfilm N° 2MI 1791, 1944, août – 1949, août, folio. 40-68).

crédit publiques ou semi-publiques financées par l'État, le capital du crédit hôtelier émanait de vingt sociétaires qui étaient majoritairement de grandes sociétés françaises intéressées pour investir dans le domaine du tourisme. Au début des années 40, un budget de 625.000 francs forma le capital de ce crédit, sachant que les sociétés de transport maritimes et ferroviaires étaient les principaux actionnaires de cet organisme. Si le crédit hôtelier apporta de 1928 à 1940 une aide sérieuse à l'industrie hôtelière, il fut toutefois réduit dans ces activités pendant la seconde guerre mondiale. Le 11 Mai 1945, un rapport de l'assemblée générale des actionnaires signala que l'industrie hôtelière continuait à souffrir des événements : les hôteliers sinistrés n'avaient pas la possibilité de mettre en état leurs locaux et de reconstituer leur matériel. L'activité du crédit hôtelier demeura très restreinte (C. A. D. N, Microfilm n° 2Mi 514, 1922-1949, folio. 469). En effet, de 1940 jusqu'à 1946, quatre prêts seulement furent consentis, formant ainsi un total de « 600.000 francs » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 514, 1922-1949, folio. 468), soit 96% de son capital. Nombre de prêts limités mais de sommes très élevés.

En outre, le crédit hôtelier a joui de subventions publiques qui s'élevaient à plus de 3.700.000 francs, auxquelles s'ajoute une allocation annuelle exonérée du budget de l'État d'une valeur de 100 milles francs, versée jusqu'à la fin de la seconde guerre mondiale. Ces contributions étaient exclusivement affectées à l'exécution de crédits à long terme en faveur des professions hôtelières pour la construction d'hôtels sur la base de contrats hypothécaires. L'acquittement des prêts estimé à une période de 10 ans inclus, qui se devait d'être couvert par annuités constantes et dont la valeur ne dépassait pas 50% des garanties. Bien que le rôle du crédit hôtelier fût dédié au développement touristique et à l'encouragement de la création de nouveaux projets hôteliers, les prêts fournis souffraient toutefois de taux d'intérêts trop élevés, ce qui contrastait avec leurs objectifs. Cela nous amène à nous interroger sur ce double rôle du crédit hôtelier d'asservissement par l'endettement.

Dès sa création, le taux d'intérêt de ce crédit fut plafonné à 8%, puis réduit d'un point et déprécié à 6% en 1931, jusqu'au 1^{er} juillet 1937 où il se stabilise à 5%. Des baisses consécutives ont été obtenues sur le conseil de différents organismes et comités

touristiques à l'instar du comité central du tourisme. En plus de la valeur accrue des taux et malgré son statut juridique indépendant doté d'un président de conseil d'administration, sa gestion relève de la banque populaire française dont le président était également le directeur de crédit hôtelier. Une double fonction, d'où émanent un conflit d'intérêt et un monopole du pouvoir décisionnaire remarqué dans le rapport du président de la commission permanente de Tunis¹⁴ (Microfilm n° 2Mi 1482. 1945- 1949, décembre, folio. 234-236), définit ce statut comme une particularité conduisant à absorber le portefeuille hôtelier par la banque populaire française de crédit. Une demande de fusion avec d'autres institutions bancaires en lien, comme la caisse mutuelle de crédit immobilier, fut suggérée. Cette proposition tendait à contester l'existence d'une organisation spécifique du crédit hôtelier, dans l'hypothèse que cette formule soit maintenue, puisque celle-ci avait dans les faits un fonctionnement concrètement bancaire à l'instar du crédit mutuel commercial français.

Au cours de l'année 1947, le rééquipement hôtelier fut encore une fois encouragé, les tarifs des chambres furent ordonnancés et la fin de la réquisition des hôtels fut engagée. Des mesures de réanimation s'avèrent boiteuses puisque les crédits proposés pour l'année suivante sont identiques à ceux des exercices précédents. Les dispositions de crédit hôtelier se révèlent inadéquates avec l'enjeu des projets de réaménagement et de construction. Conséquemment, d'autres efforts furent déployés avec un plan dressé par le fonds de modernisation et d'équipement du tourisme, et une nouvelle réorganisation fut à la fois tracée comme une nouvelle action de sauvetage et un approfondissement de plus en plus leurs endettements.

Le commissariat à l'urbanisme, à l'habitat et au tourisme : De l'appui à la sous-traitance

La création du commissariat à l'urbanisme, à l'habitat et au tourisme (l'U.H.T) contribue au redressement de l'économie du pays après la fin de la seconde guerre autant que l'organisation du crédit hôtelier ayant pour but d'encourager l'activité hôtelière après

¹⁴. Ce rapport a été publié dans le centre d'études et documentation tunisienne, figurant sous l'intitulé « Mesures nécessaires pour faciliter les investissements financiers en Tunisie ».

la 1^{ère} guerre mondiale et la crise des années 30. Le commissariat est apparu suivant un plan dressé par le fonds de modernisation et d'équipement du tourisme, une section issue de la commission française de modernisation du tourisme, qui étudie les divers aspects du problème tels que le transport, l'hébergement, la reconstruction, l'équipement, la formation professionnelle du personnel, etc. L'U.H.T a été créé par « le décret du 22 mars 1945, suite à l'arrêt du secrétaire général du gouvernement du 15 mai 1945 » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1490, 1944-1946, folio. 7-42), qui fixa les attributions de ses services et les sections qui l'organiseraient. Il était chargé de la centralisation et de la coordination des affaires administratives inhérentes à l'équipement matériel du pays au niveau urbain et touristique. Il comprenait six sections principales dont celle du tourisme et de l'hôtellerie. A l'inverse des missions de crédit hôtelier, cette section était chargée de l'organisation du tourisme dans tout le territoire de la Régence, ainsi elle coordonnait et orientait les activités des collectivités ou associations qui s'étaient données pour but de développer le tourisme à l'instar des syndicats d'initiatives. Elle secondait également toutes initiatives de nature attractive, étudiait les besoins des hôtels et les possibilités financières du crédit hôtelier. Elle utilisa les mêmes méthodes que ce dernier, notamment la collaboration avec le secteur privé. A toutes ces charges, se rajoute son rôle de révision des textes règlementaires, y compris pour l'hôtellerie, la protection des sites et la profession de guide. Sa posture de réorganisateur lui permit de recueillir des données, l'identification des besoins, l'élaboration des synthèses et fournir des solutions. Malgré toutes ces missions accordées à l'U.H.T, le commissariat du tourisme ne disposait pas de budget depuis sa création. Pour cette raison elle s'est bornée dès 1945, à diverses modalités de financement comme l'emprunt auprès de l'État et à établir des collaborations avec le secteur privé. En revanche, son acquisition des informations détaillées sur le secteur touristique et hôtelier avait fait de lui un bloc de pression sur les différents acteurs que ce soit administrateurs hauts placés ou des institutions. Dans cet ordre d'idée, l'exemple de la collaboration avec le président du conseil d'administration du crédit hôtelier, vers la fin des années 40, témoigne de l'établissement de nouvelles mesures pour satisfaire les besoins impérieux de l'industrie hôtelière. C'est ainsi que le crédit hôtelier a déposé environ 14 millions de francs

(C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1490, 1944-1946, folio. 10-45) sous forme d'avance urgente pour faire face aux demandes d'emprunts. Cependant, devant l'état critique des hôtels et des requêtes fréquentes pour solliciter des prêts, la prévision accordée par le crédit s'avéra insuffisante. Pour cette raison, des pressions eurent lieu de la part du commissariat jusqu'à ce que le crédit hôtelier suggère sa procuration auprès d'autres établissements de crédit, par le réescompte de partie ou de totalité de son portefeuille au profit de l'industrie hôtelière. En un mot, le rôle de l'U.H.T était en apparence un appui de développement mais officieusement une entrave à l'endettement durable eu égard aux valeurs des prêts accordés.

Tableau 1. Des prêts fournis au commissariat du tourisme, à la société hôtelière tunisienne et à certain hôtels à la fin des années quarante		
Les hôtels	Villes	Prêt accordé en francs
Hôtel des 3 plages	Sidi Mechrig	500.000
Hôtel des Mimosas	Tabarka	1.935.000
Hôtel de la Marine	Tabarka	250.000
Hôtel le Relais	Ksour	3.000.000
Compagnie des eaux Thermales et du domaine de Korbous	Korbous	6.000.000
Hôtel de Bordeaux	Tunis	500.000
Hôtel de France	Hammamet	2500.000 3.000.000
Hôtel de l'Oasis	Tozeur	2.875.000
Grand Hôtel	Sousse	2.600.000
International Club	Hammamet	500.000
Sté Tunisienne de l'hôtel de Claridge	Tunis	15.000.000
Sté du Majestic Hôtel	Tunis	6.000.000
Auberge des Fougères	Ain Draham	600.000
Hôtel du Paris	Menzel Bourguiba	1.000.000
		Total : 46.260.000 francs

Source : tableau conçu à partir de données recueillies des archives de A.D.N, Bobine n° R25, 1949

Tableau 2. Des prêts du fonds de modernisation et d'équipement accordés entre 1951-1954			
Les hôtels	Villes	Prêt accordé en francs	Date de la décision
Hôtel de France	Hammamet	5.000.000	09/05/1951
Régence Hôtel	Sousse	4.000.000	1951
Alexander Hôtel	Sfax	6.000.000 2.000.000	19/06/1951 23/11/1951
Maison Dorée	Tunis	5 à 10 millions	20/09/1951
Hôtel de Tunis	Hammamet	15.000.000	20/09/1951
Hôtel Délices du Belvédère	Tunis	4.000.000	14/02/1952
Hôtel de l'Oasis	Tozeur	1500.000	14/02/1952
Hôtel Continental	Maktar	500.000	14/02/1952
Cie des Eaux Thermales et du domaine de Korbous	Korbous	4.000.000	14/02/1952
Sté Saint-Louis	Carthage	2.000.000 1.000.000	14/02/1952 17/03/1953
Hôtel de Byrsa	Douar-El-Chatt	3.000.000	17/03/1953
Hôtel de France	Tabarka	3.500.000	17/03/1953
Hôtel Carlton	Tunis	1.000.000	17/03/1953
Auberge de la jeunesse de la Tunisie	Tunis	3.500.000	08/09/1953
Hôtel Bristol	Tunis	1.800.000	17/03/1954
L'Auberge	Le Kef	3.000.000	17/03/1954
Sté du Golfe	Hammamet	10.000.000 500.000	1951 11/10/1954
Total : 72.700.000 à 77.700.000 francs			

Source : tableau conçu à partir de données recueillies des archives de A.D.N, Bobine n° R25, 1949

L'ensemble de tous ces prêts fournis était financé essentiellement par le secteur bancaire et les différentes institutions de crédit métropolitain. La pluralité des sommes versées était en faveur de la réhabilitation des hôtels déjà existants et rien de moins pour de nouveaux projets de constructions¹⁵ ou d'agrandissements

¹⁵. Le plan d'équipements hôteliers de la Tunisie avait prévu d'une part, la remise en état et le reclassement d'un certain nombre d'établissements et d'autre part, la construction des hôtels neufs. En effet, il était programmé d'implanter de

excepté pour le Claridge à Tunis et l'Alexandre à Sfax. La quasi-totalité de ces hôtels dataient de plus de trente ans, leurs conceptions ne correspondaient plus aux exigences des touristes : « un certain nombre d'établissement n'avaient jamais connu de réaménagement depuis la période d'hostilité, d'autres étaient à moderniser, à agrandir, plusieurs hôtels n'avaient qu'un étage et une dizaine de chambres, ce qui handicapait leur rentabilité » (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 5). La valeur du total des prêts accordés aux hôtels situés à la Régence de Tunis représentait 46% à la fin des années 40 et peu près 1/3 au début des années 50. Ces établissements ont été décrits, dans le même document, de la manière suivante : « ils se trouvaient ainsi dans des quartiers qui, autrefois bourgeois, étaient devenus bruyants et populeux ». Malgré les efforts de restauration :

Le pourcentage des chambres avec salle de bain restait faible, les chambres étaient trop grandes, leur dimension trop importante portant préjudice à la valeur locative de l'immeuble. Le mobilier occupait trop d'espace et quand il n'était pas bancal, il était typique de plus pur style 1900. (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 3)

Au vu de l'état critique des équipements hôteliers après la seconde guerre mondiale, la Tunisie avait enregistré une chute de 42% de chambres convenables à la clientèle, ainsi qu'une baisse de 47% du nombre de touristes global. D'après des données tirées des archives, les hôtels en 1939 pouvaient offrir jusqu'à « 2100 chambres » (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 2). Mais, ce nombre a été ramené à « 1200 après la guerre, dont 500 dans la ville de Tunis » (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 3). Le commissariat tunisien aux frontières a dénombré en 1949, 53.000 touristes, contrairement à 100.000 en 1929 (A.D.N, Bobine n° R25, 1949, folio. 1). Si l'on confronte ces données à l'échelle de l'offre et de la demande, apparaît un très faible nombre de chambres face aux besoins des touristes.

nouveaux établissements dans différentes villes telles que 2 hôtels de 80 à 100 chambres chacune à Tunis, 1 hôtel de 60 chambres à Sfax, un gîte d'étape type auberge de France à Monastir et Sidi-Bou-Saïd de 10 à 20 chambres. La somme globale de ces réalisations s'élevait à 400 millions de francs dont plus de la moitié uniquement pour la construction de deux hôtels à Tunis. La majorité des projets n'ont pas été réalisés, faute aux conditions des prêts ainsi que leurs faibles rentabilités commerciales. (A.D.N, Bobine R 34. 1950, 2 octobre. Folio. 7-8).

Nonobstant les importantes sommes déployées dans le financement du secteur hôtelier, les banques métropolitaines de prêts n'ont toutefois pas été déterminantes au niveau des services, de la qualité et de l'efficacité souhaités. D'ailleurs, les principales difficultés rencontrées à la détermination du plan d'équipement hôtelier de la Tunisie, tel qu'il avait été établi par les services du tourisme, étaient les conditions habituelles du marché bancaire comme la hausse du taux d'intérêt et du prêt sur hypothèque. Selon le rapport de la commission de modernisation du tourisme en France, « il fallait compter en moyenne 5 ou 6 années d'exploitation pour retrouver le capital investi » (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 7). Les capitaux se sont montrés assez peu tentés et moins assurés considérant que les prix des chambres restaient limités par le gouvernement, et que « la prévision de rendement brut restait loin des 30% » (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 8). C'est alors que s'est imposée l'intervention de l'autorité coloniale pour ordonner au fonds de modernisation et d'équipements d'affecter une avance au crédit hôtelier s'élevant à plus de « 75 millions de francs, répartis sur deux programmes de 1950 et 1951 » (A.D.N, Bobine n° R25, 1949, folio. 1). La somme était en faveur de l'industrie hôtelière de façon à pouvoir offrir ces crédits aux capitalistes qui acceptent ainsi de réaliser la construction d'un des hôtels prévus au projet d'établissement d'hôtels. A cet effet, apparurent l'île de Djerba, les villes d'Hammamet, Tozeur et Sousse comme des centres de grand tourisme, financés principalement à base d'emprunts par l'autorité coloniale mais surtout en rapport avec l'étude d'établissement d'hôtels de grand tourisme datée de 1909 d'Albert Ruef. Pour finir, le tourisme et l'hôtellerie sont représentés généralement dans les différents rapports des années 40 comme deux secteurs en difficulté, pourtant en 1949, fut saisie et amenée une somme de 74 millions de francs aux caisses de l'État coloniale (A.D.N, Bobine n° R34, 1950, folio. 2-3).

Au sujet de la taxe du luxe : l'art de la fiscalité

Simultanément que l'autorité coloniale intervient dans la relance du secteur touristique et hôtelier par l'attribution des prêts bancaires aux institutions des crédits hôteliers, elle poursuit la hausse de l'impôt et l'instauration de nouvelles taxes. Les secteurs les plus touchés en particulier, sont les services cafetiers,

limonadiers, restaurateurs et hôteliers (C.L.R.H). Des mesures fiscales contradictoires aux attentes des syndicalistes et les capitaux. D'après des communications échangées entre le syndicat patronal des cafetiers, limonadiers, restaurateurs et hôteliers¹⁶, le secrétariat particulier de la Résidence générale de France en Tunisie, et le commissaire du tourisme, datées de 1948, nous essayons d'identifier ces nouvelles taxes, surtout la taxe du luxe.

Aussi bien que la taxe municipale de séjour d'ordre de 50 francs, versée par les touristes et tout groupement de visiteurs, un décret du ministre des finances daté du 1^{er} janvier 1948 fit instaurer la taxe du luxe. Elle « frappe les débits de boisson, les hôtels et les restaurants aux taux de 10% » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1482, 1945-1949, folio. 134). Celle-ci, réunit de manière plus détaillée, tous les établissements de nuit dont les dancings, salons de thé, soupers et cafés concerts, débits de boissons de 4^{ème} catégorie, ainsi, que celles réalisées par les restaurants de la catégorie A et les hôtels classés en 1^{er} et 2^{ème} catégorie ou qui appliquaient des prix similaires à ceux pratiqués par les hôtels des 1^{ère} et 2^{ème} catégorie. Aussi, une autre taxe s'élevait à 5 %, toucha-t-elle aussi les débits et les cafetiers de 3^{ème} et 4^{ème} catégorie. Relativement aux lettres échangées, il s'avère qu'une décision unilatérale ait fait abstraction aux principaux acteurs de ce secteur comme le syndicat patronal. Des mouvements de contestation se répandent au mois de février 1948 afin de rejeter l'instauration de cette taxe, voire sa suppression totale sous prétexte qu'en France, elle n'existait pas et avait des incidences négatives sur le développement du secteur. L'administration française refusa de céder à ces demandes en s'appuyant sur le fait que cette instauration serait une opportunité pour procéder au rééquipement de l'hôtellerie et à la reprise du tourisme. En surplus, ils projetaient de favoriser le rééquipement de la Régence et le développement d'autres secteurs économiques dont la construction des usines, d'immeubles d'habitations, infrastructures et de maintenir une source de revenus permanentes pour renflouer les caisses de l'État.

¹⁶. Le syndicat patronal des cafetiers, limonadiers, restaurateurs et hôteliers, son abréviation "S.P.C.L.R.H", situé au 6 sis. Rue de Hollande à Tunis. Il a été affilié à la chambre de l'hôtellerie française, la confédération générale des débitants de boissons de France et des colonies et à la C.G.P de Tunisie.

Il apparaît donc qu'on est face à un ensemble d'aspirations discordantes : comment concilier le développement de l'industrie hôtelière et en même temps les frapper de nouvelles taxes ? La réponse à cette interrogation fut relevée par le syndicat patronal considérant que ces taxes contribuèrent à la réticence des capitaux et non à les stimuler. En outre, tous les produits visés par ce décret, passibles de la taxe sur le luxe, étaient tous en vente à prix libre, alors que l'industrie hôtelière était régie par des prix homologués issus de la commission du tourisme.

Dans cet environnement financier et économique entaché d'incohérence et d'incompatibilité, la commission permanente de Tunis, représentée par son centre d'études et documentation, met l'accent sur cette ambivalence et admet des mesures de réajustement. Un rapport, publié le 28 décembre 1948 par son président, dévoile que l'intention d'attirer des investissements et la stimulation des capitaux en Tunisie n'est pas une réclamation récente mais relève d'un des plus grands desseins du temps colonial. Cette problématique fut réclamée pour étude comparative avec le Maroc afin de présenter les causes freinant les afflux des capitaux. D'après lui, « la Tunisie est un pays jeune économiquement, ou si l'on préfère venu depuis peu à une économie moderne. Elle n'a donc jamais été un pays de capitaux abondants » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1482, 28 décembre 1948, folio. 234). Il rajoute, que depuis l'établissement français « la Tunisie a toujours été représentée à l'extérieur et en particulier dans la Métropole, comme un pays pauvre ayant bien peu de moyens de sortir de cet état ». Par conséquent, une comparaison s'impose pour rapprocher les conditions de développement de la Tunisie et du Maroc.

Contrairement à la Tunisie, cette étude a affirmé qu' « un tout autre état d'esprit a prévalu au Maroc ». Avec une rationalisation de dépenses publiques et une politique de communication « où tous les moyens ont été utilisés » dont l'invention des moyens publicitaires et des messages officiels attrayants, le Maroc apparut comme un pays aux richesses naturelles immenses et surnommé « le pays des Hommes nouveaux ». L'ensemble de ces faits influença certains capitaux et hommes d'affaires à quitter la Tunisie pour le Maroc « où il n'y a ni impôt général sur le revenu, ni contribution personnelle d'État » (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi

1482, 28 décembre 1948, folio. 235). La politique de l'administration française adoptée au Maroc avait une tendance très libérale, peu formaliste et une législation fiscale en faveur des investisseurs. Cet optimisme parvint à engager les capitaux métropolitains dans le cadre d'une économie participative. Ce courant positif du flux des capitaux dans le pays des « Hommes nouveaux » était d'une part certainement dû à l'instabilité politique en Tunisie, consécutive de mouvements nationaux populaires et syndicaux affirmant l'indépendance ; et d'autre part la gêne financière vécue par les trésoreries tunisiennes. En outre, l'abondance des capitaux vers le Maroc fut telle qu'en parallèle la Tunisie fut presque délaissée avec des ressources financières fondées essentiellement sur la fiscalité. Poncet (1974) rejoint cette position dans son livre, « La Tunisie, à la recherche de son avenir », en affirmant que « *la Tunisie avait hérité du protectorat, une économie dualiste, caractérisée par un petit secteur traditionnel en stagnation, une industrie embryonnaire dominée par les intérêts de colonisateur et une population tunisienne qui se battait dans l'ignorance et la pauvreté* » (p. 219).

Tableau 3. Les taxes afférentes aux sociétés : Tunisie-Maroc, 1948	
Tunisie	Maroc
Un régime difficile, lent et complexe administrativement : <ul style="list-style-type: none"> • Les intérêts et les coupons subissent l'impôt de 15 % au nominatif ou de 20 % au porteur. • La taxe de transmission est de 0.30 % par an de la valeur réelle moyenne du titre. • Le droit de timbre sur les valeurs mobilières est lourd. 	Son régime favorise la formation des sociétés : <ul style="list-style-type: none"> • L'absence de l'impôt cédulaire sur le revenu des capitaux et des valeurs mobilières. • L'absence de la taxe de transmission qui frappe les titres au porteur. • Le droit de timbre sur les valeurs mobilières est symbolique.

Source : tableau conçu à partir de données recueillies des archives (C.A.D.N, Microfilm n° 2Mi 1482, 28 décembre. Folio. 236).

L'approche postcoloniale

« Les capitaux recherchent tout d'abord la sécurité. Tout risque politique ou économique les fait hésiter » (C.A.D.N, Microfilm N° 2Mi 1482, 28 décembre 1948, folio. 235). Ces éléments ont été

marquants pour le secteur hôtelier en Tunisie au milieu des années cinquante. Le mouvement de l'indépendance et l'instabilité monétaire qu'a vécu le pays, témoigne du retrait des groupes financiers et ajourne la reprise du tourisme et le lancement de l'activité hôtelière. Ces antécédents se reproduisent actuellement dans un autre contexte mais avec une crise qui frappe l'ensemble du corps de l'État.

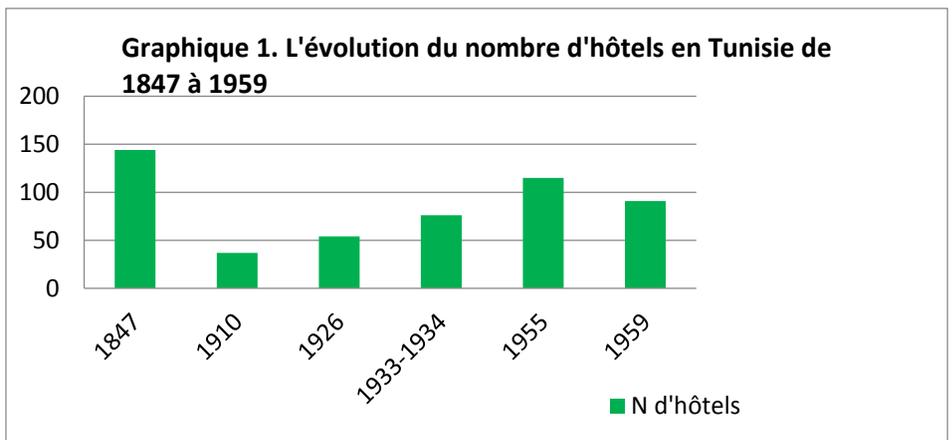
L'indépendance a été décrétée, des organismes du tourisme en ont remplacé d'autres et la situation de l'hôtellerie a stagné. D'après le journal, le marché Tunisien, dans les marchés tropicaux et méditerranéens (juin 1965), un office national du tourisme fut créé en 1956, avec pour même mission que le comité central du tourisme de l'époque coloniale. Une direction du tourisme liée à l'État a vu le jour en 1961, ainsi qu'une société hôtelière et touristique de Tunisie (S.H.T.T), centrée principalement sur le secteur hôtelier. La S.H.T.T, la duplication du commissariat à l'urbanisme, à l'habitat et au tourisme des années quarante, accomplissait avec la direction du tourisme, la construction, l'aménagement et l'exploitation des hôtels. Deux organismes post coloniaux, reproduisant des institutions pré-indépendantes aux termes de fonctionnements tels la gestion des établissements de services, également le rôle d'encourager à miser sur la promotion du secteur balnéaire¹⁷. Ce fut le début d'une adaptation structurelle du système dans le cadre d'une nouvelle scène définie par Hillali (2003), comme une politique « du suivisme » (p. 24).

Comme il a été le cas de la pénétration des colons et des capitaux dès l'installation coloniale, la Tunisie indépendante s'ouvre brutalement à l'emprunt auprès des instances monétaires internationales, une sorte de conduite financière constamment pratiquée jusqu'à nos jours. Aux termes de deux accords passés avec le Fonds monétaire international au début des années soixante, les autorités tunisiennes, s'engageaient solennellement à prendre toute une série de mesures pour tenter de remédier à une situation

¹⁷. En plus de sa mission d'équipements hôteliers, la société hôtelière et touristique a travaillé pour assimiler le tourisme à celle des industries de base. Elle s'est engagée à détourner l'intention des capitaux des autres filières économiques à investir dans la création des hôtels et parcs touristiques. Un organisme public de la période post coloniale se lance dans la mono-sectorisation de l'économie.

économique allant en s'aggravant de plus en plus. C'est ainsi que l'industrie du tourisme était mise en jeu comme un secteur d'une valeur économique porteuse de développement. Tenant compte des atouts, dont il dispose, le pays prend en charge les premières édifications hôtelières, assurant ainsi des mesures de modernisation en matière d'infrastructures et de réglementation. Tout était mis en œuvre pour susciter les investissements privés et se lancer dans un tourisme de masse dont les objectifs étaient d'une part, de multiplier les capacités d'hébergement et accroître le nombre de visiteurs et d'autre part, de faire évoluer la recette et maintenir un revenu durable en devises.

De « 144 fondouks en 1847 » (Bachouch, 1999, p. 348), vers « 37 hôtels en 1910 » (Bergaoui, 2004, p. 6), contre « 54 hôtels en 1926 et 76 hôtels dans les années 1933-1934 » (Bulletin mensuel de l'office du protectorat Français Tunisie, mars 1926, pp. 36-39), la Tunisie a mis fin de la colonisation en comptant 115 hôtels en 1955¹⁸ et seulement un nombre de « 91 hôtels recensés en 1959 » (Bergaoui, 2004, p. 16), un processus d'évolution capricieux pendant la Tunisie française mais progressivement particulier et distinctif dès 4 ans de l'indépendance.



Source : les chiffres sur l'évolution du nombre d'hôtels en Tunisie de 1847 à 1959 sont tirés de plusieurs références auparavant insérées.

¹⁸. Ce nombre a été conçu à partir d'un inventaire de plusieurs blocs d'archives. Il a été cité dans notre thèse en cours sur « La Tunisie et le phénomène touristique. Une approche historique et patrimoniale de l'hôtellerie tunisienne à l'époque coloniale », Université Jean Monnet, Saint-Etienne.

Bien que les autorités soient le premier levier dans l'investissement de l'industrie touristique et hôtelier, par l'intermédiaire de différents organismes du secteur, l'aspect le plus remarquable est que la principale partie de la capacité totale des hôtels était quasiment dérivée au secteur privé avec plus 80%, où leur part s'élève à 13.600 lits au total de 17.000 lits répartis en 141 établissements en 1966 (Les cahiers du tourisme, 1968, p. 11). Cette contribution importante du secteur privé dans l'industrie hôtelière était le résultat d'une politique gouvernementale alignée en faveur d'un climat d'investissement opportun. En adoptant une réglementation basée sur une gouvernance d'entreprise qui réunit des images attrayantes tels « aides et facilités » et « garanties et avantages », la Tunisie s'est montrée en rivalité avec l'Algérie et le Maroc pour l'obtention du titre de « Riviera africaine » (Les cahiers du tourisme, 1968, p. 08) en termes d'attraction de l'investissement, une stratégie politique ouvertement souple au niveau financier et fiscale dont le privilège a été accordée avec bras ouverts pour toutes les initiatives de placement.

Il s'agit de « l'un des vecteurs phares de croissance » (Khlif, 2004, para. 45), l'investissement dans le secteur touristique et hôtelier s'est vu bénéficier de plusieurs avantages, même au détriment des comptes de l'État. Du point de vue financier, les investisseurs se constataient libres de transférer leurs fonds, bénéfices, dividendes et intérêts dans leurs comptes à l'étranger (Les cahiers du tourisme, 1968, p. 13). Ils ont l'avantage des interventions directes des autorités dans le financement des études, projets et travaux d'aménagement et architecturaux dans les zones d'installations. Les nouveaux établissements jouissent d'une exonération et d'une garantie de stabilité des impôts pour une durée de 5 à 15 ans, ainsi qu'une déduction de la taxe à la production, locative et urbaine. Les procédures supplémentaires s'élevaient vers des procédures d'octroi des crédits en faveur des sociétés, avec la garantie de l'État et une décharge de droits douaniers pour toute importation du matériel estimé essentiel à l'exploitation hôtelière.

Toutes ces mesures empruntées peu après l'indépendance, en matière de facilitation financière et d'avantage fiscale au sujet des investisseurs, ainsi que le recours à la dette extérieure, quelle que soit son origine et les conditions pour le présumé programme de

reconstruction nationale, non seulement étaient signées par la Tunisie mais figuraient également dans les orientations des anciennes colonies. Cette préférence des économies des « pays neufs » a été, selon Hillali (2003), « acquises à l'obsession d'accéder rapidement au développement et leurrées par le modernisme en empruntant un raccourci socioéconomique qui leur avait semblé [...], être à portée de main » (p. 27).

L'hôtellerie en otage des dettes

En l'espace des années, le mouvement de la construction des unités hôtelières a explosé de manière substantielle (voir annexes, tableau 5) que ne l'a été la recette, le taux d'occupation, le niveau de formation touristique¹⁹ et la diversité de l'offre. Encouragé par l'État pour établir une sous-œuvre hôtelière moderne et à la page, le développement touristique a débuté progressivement depuis les années soixante, ralentissant dès 1990 et modérément depuis la dernière décennie. En misant sur un mono-produit basé sur le balnéaire et une mono-clientèle européenne, le marché tunisien a demeuré non compétitif et non performant. Rivalisé par d'autres destinations méditerranéennes avec une offre diversifiée et innovante, ainsi qu'une stratégie de marketing ultramoderne et une prestation de service de haute qualité, la Tunisie s'avère paralysée et en perte de vitesse. Ce constat se présente dans l'évolution de flux des recettes de quelques destinations concurrentes pendant les deux décennies de 90 et 2000. Ainsi, on relève que les recettes touristiques tunisiennes ont été multipliées seulement par deux fois et demie, de 948 millions de \$US à 2773 millions de \$US, pourtant par cinq pour le Maroc, par neuf et demi pour l'Égypte, par trois pour l'Espagne et la France et par sept pour la Turquie, Croatie et la Grèce (OMT, 2012). Les événements politiques survenus en 2011 ont occasionné une chute marquante de 50% des recettes touristiques et des nuitées globales²⁰, ainsi qu'une intensification de l'endettement, particulièrement dans le secteur hôtelier.

¹⁹. « En fait, plusieurs hôteliers, à court de personnels qualifiés, recourent aux travailleurs présents sur le chantier de l'hôtel afin de démarrer leur exploitation. Ainsi, bon nombre de serveurs ou de réceptionnistes sont des anciens maçons ou des ex-électriciens formés sur le tas ». (KHLIF, 2004, para. 32).

²⁰. Calcul à partir des données de l'office national du tourisme tunisien ONTT. Statistiques 2011-2012-2013-2014-2015.

Sous l'impulsion de la réédification d'une base économique nationale, le secteur hôtelier, est dès son balbutiement, pris en otage par la nécessité de contracter des crédits. Selon une étude de l'institut Arabe des chefs d'entreprises (Essayem, juin 2010), « les hôtels ont fini par accumuler un encours d'endettement vis-à-vis du système bancaire relativement important » (p. 3). Du début des années 80 jusqu'à la fin de la première décennie de l'année 2000, l'ensemble du remboursement du prêt s'est lourdement majoré par quasiment 18 fois, c'est-à-dire plus de 3000 millions de dinars. Les données ci-dessous dégagent l'organisation de l'encours d'endettement des sociétés hôtelières avec l'évolution de ces principaux déterminants :

Tableau 4. Structure de la dette des sociétés hôtelières

	1983-1990		1991-1998		1999-2008	
	Court terme	Moyen et long terme	Court terme	Moyen et long terme	Court terme	Moyen et long terme
Hôtels	30%	70%	26%	74%	32%	68%
Services marchands	56%	44%	51%	49%	47%	53%
Secteurs productif	59%	41%	59%	41%	56%	44%

Source : Essayem (juin 2011, p. 23), tableau reproduit par l'auteur.

Au regard des lignes de répartition des dettes, on peut s'étonner de l'importance des crédits à court terme qui représentent à peu près le tiers du total des redevances dont l'objectif est de faire face aux dépenses courantes des hôtels ou couvrir un risque d'impayé. Contrairement aux prêts du moyen et long terme, les taux d'intérêts des prêts à court terme²¹ sont souvent élevés et en fonction du marché monétaire, ce qui implique le risque de non-recouvrement des créances, voire l'insolvabilité. L'exemple du rapport de la banque Africaine de développement (septembre 1997), dévoile l'extension des impayés entre 1993-1996 comme suit :

²¹. Parmi les lignes conditionnelles de l'approbation du prêt de la banque Africaine de développement à la banque pour le développement économique de la Tunisie en 1993, était l'application d'un taux d'intérêt de 14.5% pour les prêts d'une durée inférieur à 10 ans accordés au secteur touristique. (Banque Africaine de développement, 1997, septembre, p. 3).

« Ils ont été de 102 MDT en 1993; 118 MDT en 1994; 149 MDT en 1995 et 197 MDT en 1996. Leur croissance moyenne a été de 24.72%. La répartition des impayés montre que la part du principal est en moyenne de 41%, le reste étant constitué d'impayés d'intérêt. L'étude de l'âge des impayés révèle que ceux ayant plus de 12 mois représentent 67% en 1996 » (p. 16).

Actuellement, le déséquilibre financier du secteur touristique et hôtelier constitue une lourde charge pour les trésoreries publiques et un fardeau accablant pour les institutions bancaires. Avec un total de 4 milliards de dinars de dettes impayées, soit 7.25% du total des créances bancaires et de l'ensemble des crédits à l'économie (BCT, 2014), le secteur hôtelier s'avère sinistré et en captivité. Cependant, au-delà de solder le passé ou de brader le présent, comme la chute de l'ancien régime a révélé l'état de délabrement du pays à tous les niveaux, particulièrement la légende de la prospérité économique et le développement de l'industrie touristique, autant que la succession des événements (sociaux, sécuritaires...) et l'enchaînement des changements (politique ...) d'après la révolution, ont impacté l'afflux de touristes et l'image de la Tunisie touristique. Avec une industrie hôtelière auparavant ruinée d'endettement, outre une série d'attaques terroristes ciblant des zones à vocation touristique, ainsi qu'un état fragilisé avec la multiplication des mouvements sociaux et la situation environnementale désolante, une espèce de gouvernance d'ordre de premier secours s'installa avec l'application de dispositifs ordinaires masquant d'ailleurs les réels problèmes structurels.

Conclusion

Tout au long de l'histoire du tourisme en Tunisie, la question de l'endettement du secteur hôtelier est restée sans réponse. Notre essai a cherché à analyser les différents éléments du processus d'évolution de l'endettement hôtelier sans prétendre à un constat d'une réalité absolue. Ce secteur ne fût pas déclaré comme une priorité d'exploitation coloniale, bien qu'il ait bénéficié d'une intention financière importante lui ayant permis son amorcement. Cet endettement hôtelier relève de multiples origines qui ont toujours été marquantes jusqu'à nos jours, principalement en raison de la situation vécue pendant la colonisation durant laquelle

les moyens déployés pour le structurer et le lancer se sont manifestés à travers notamment le rôle joué par les prêts bancaires. De plus, il convient d'ajouter ici le choix pris par l'autorité post-indépendante dans une politique de suivisme d'ordre moderniste qui ne recourt pas aux moyens de l'État. Avec la pratique des crédits hôteliers, l'instauration de procédures avantageuses en faveur des capitaux et l'application des différentes taxes à l'époque coloniale, mais également l'emprunt de nombreux prêts auprès des institutions bancaires internationales, l'industrie hôtelière s'avère être un secteur aléatoire à ses débuts et en déclin par son endettement actuellement. C'est pourquoi, il est temps de mettre tout en œuvre afin de libérer l'activité hôtelière de sa prise en otage et de bien s'orienter vers une identification structurelle, assurant ainsi la pérennisation de son fonctionnement et préservant le couvert de leur créance auprès des finances nationales.

Annexes

Année	Établissements	Capacité en lits (milliers)	Nombres d'arrivées (milliers)	Taux d'occupation relatif en %	Investissements touristiques (millions de dinars)
1956	119	3.5	36.000	.	.
1959	91	-	.	.	.
1965	102	9.616	165.840	50.0	110.3
1970	212	35.297	410.479	46.7	144.9
1975	273	62.397	1.013.851	53.7	83.0
1980	319	71.259	1.602.054	60.0	316.3
1985	420	93.275	2.002.997	46.2	989.9
1990	508	116.534	3.203.787	54.0	118.7
1995	612	161.498	4.119.847	48.7	449.1
2000	736	197.453	5.057.193	55.8	322.4
2005	816	229.837	6.378.435	51.5	246.2
2010	856	241.528	6.902.749	50.7	376.4
2014	848	240.077	6.068.593	37.1	241.0

Source : Bergaoui (2004) ; Les cahiers du Tourisme (1968) ; Stat. ONTT (2011, 2012, 2013, 2014, 2015).

Bibliographie

Archives diplomatiques de Nantes (A.D.N), Bobine R 25 (1949). *Archives économiques et financiers, dossier II*, Crédit hôtelier Tunisie.

Archives diplomatiques de Nantes (A.D.N), Bobine R 34. (1950, 2 octobre). *Prêts au secteur privé*.

Azzam, M., (1979). Analyse historique du sous-développement en Tunisie. 1^{ère} partie : La genèse ou la première forme historique du sous-développement en Tunisie. *Annuaire de l'Afrique du Nord*. Le centre de recherches et d'études sur les sociétés méditerranéennes (CRESM). Paris, CNRS (éd.), 18, 443-456. Url. : http://aan.mmsh.univ-aix.fr/Pdf/AAN-1979-18_02.pdf

Bachouch, T., (1999). Le programme national sur les villes en Tunisie, *Encyclopédie de la Médina de Tunis*. Centre d'études et de recherches économiques et sociales. Tunis, Série histoire n° 8.

Banque Africaine de développement (Septembre 1997). Rapport d'achèvement, sixième ligne de crédit à la Banque pour le développement économique de la Tunisie, département par pays région nord. Url. : <https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Project-and-Operations/ADB-BD-IF-98-27-FR-SCANNEDIMAGE.130.PDF>

Banque central de Tunisie BCT (2014). *Rapport annuel*. Url. : http://www.leaders.com.tn/uploads/FCK_files/Rapport%20annuel%20BCT%202014.pdf

Bergaoui, M., (2004). Tourisme et Voyage en Tunisie. *Les Années Régences*, édition révisée, Tunisie, 175 p.

Office du protectorat français (1926, mars). Tunisie. *Bulletin mensuel de l'office du protectorat Français, Tunisie*, 19(179), 36-39. Bibliothèque nationale de France Url. : http://www.europeana.eu/portal/fr/record/9200365/BibliographicResource_2000081592934.html

Centre des archives diplomatiques de Nantes (C.A.D.N). *Archives du bureau de la résidence générale de France en Tunisie, sous-série, collection de la correspondance, (1881-1956)*. Cabinet technique, Microfilm N° 2Mi 1490, Bobine N°G 179. (1944, janvier – 1946, août). Rapports mensuels d'activité du commissariat à l'urbanisme, à l'habitat et au tourisme, puis des services d'architecture, des dommages de guerre, de l'habitat, des opérations foncières et du tourisme.

Centre des archives diplomatiques de Nantes (C.A.D.N). *Archives du bureau de la résidence générale de France en Tunisie, sous-série, collection de la correspondance. (1881-1956)*. Cabinet technique, Microfilm n° 2Mi 1482, Bobine n°G 171. (1945, décembre-1949). Crédit et investissement des capitaux dans la Régence.

Demay, A. et Jennings, E., (2014). Appel à articles : Le tourisme colonial. *Via@ - revue internationale interdisciplinaire de tourisme*. Url :

http://www.viatourismreview.com/wpcontent/uploads/2015/06/Tourisme_Colonial_FR.pdf

Essayem, A., (2011, juin). *Le tourisme en Tunisie : constat du secteur, défis et perspectives*. Centre Tunisien d'études économiques, Institut Arabe des chefs d'entreprises, 26 p. Url : file:///C:/Users/hatem/Downloads/ctee_2011_secteur_touristique.pdf

Hillali, M., (2003), *Le tourisme international vu du sud : Essai sur la problématique du tourisme dans les pays en développement*, Québec, Presses de l'Université du Québec (éd). 250 p.

Kassab, A., (1976). *Histoire de la Tunisie : L'époque contemporaine*, société Tunisienne de diffusion, Tunis. 506 p.

Khlif, W., (2004). L'hôtellerie tunisienne : radioscopie d'un secteur en crise. Dans Gobe, E (dir.), *L'année du Maghreb*, dossier l'espace euro-maghrébin. Institut de recherches et d'études sur le monde Arabe et Musulman, CNRS (éd), I, p. 375-394.

Les cahiers du Tourisme (1968). L'évolution du tourisme en Tunisie. Centre d'études du tourisme. Institut d'administration des

entreprises, Air-France direction commerciale (éd), Université d'Aix-Marseille, Série B, n°5.

Office national du tourisme tunisien ONTT. Stat (2011-2012-2013-2014-2015). Le tourisme en chiffre, Rapport annuel, République Tunisienne, Ministère de Tourisme.

Organisation mondiale du tourisme OMT. (2012). Rapport annuel. Url. : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2012.pdf

Poncet, J.F., (1974).*La Tunisie, à la recherche de son avenir*, Sociales (éd). 219 p.

Protectorat Tunisie, Tunisie 1^{er} versement (1881-1949), Microfilm n° 2Mi 1002, Bobine 764, Notes documentaires et études n° 460, série France d'outre-mer XVI, situation actuelle de la Tunisie.

Protectorat Tunisie, Tunisie 1^{er} versement (1881-1949) : 1 TU/1/V/2116, Microfilm n° 2Mi 514, série Tunisie, Fonds de la Résidence. Dossier tourisme, crise hôtelière, subventions, propagande, équipement et circuits touristiques organisés en Tunisie. Bobine 374, Tarif des Hôtels de Tunisie 1933-1934.

Protectorat Tunisie, Microfilm n° 2MI 1791, Bobine n° G 192. (1944, août – 1949, août). Cabinet technique, tourisme. Étude sur les perspectives d'avenir. (1946, 16 mai), lettre du secrétaire général du gouvernement tunisien, section commissariat à l'urbanisme, à l'habitat et au tourisme, service de tourisme au Résident Général de France à Tunis le général Mast.

Ruef, A., (1909).*Projet d'établissement d'hôtels de grand tourisme en Algérie et en Tunisie*, Compagnie du tourisme Algérien et Tunisien, Imprimerie d'ouvrier sourds-muets, Paris.

Troin, J.F., (2006).*Le Grand Maghreb, (Algérie, Libye, Maroc, Mauritanie, Tunisie) ; Mondialisation et construction des territoires*, Armand Colin (éd), Paris, collection U. 383 p.