

## التنمية المحلية بالمقاربة الاقليمية : حالة السياحة بتيبازة

### Le développement local par l'attractivité territoriale : le cas du tourisme à Tipaza

MOHAMED-CHÉRIF Fatma Zohra<sup>1</sup>& LAKHLEF Athmane<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Maitre de Conférences, Ecole Nationale Supérieure Maritime, Bou Ismail.

<sup>2</sup> Maitre de Conférences, Centre Universitaire de Tipaza.

#### Résumé :

L'attractivité territoriale est un thème central des politiques de développement local. Tipaza est une ville attractive en matière touristique. Les mobilités touristiques semblent constituer, ainsi, des marqueurs de l'attractivité de l'espace vis-à-vis des individus. L'objectif de cet article se situe à deux niveaux : élaborer une grille d'évaluation des retombées économiques liée au tourisme au niveau local et évaluer la pérennité de cette attractivité et cela sous une approche méthodologique basée sur la systémique.

**Mots clés :** développement local, tourisme, Tipaza, valeur ajoutée.

#### ملخص:

تعتبر المقاربة الاقليمية الموضوع المحور لسياسة التنمية المحلية. تيبازة هي مدينة جاذبة من الناحية السياحية و حركية السياحة تظهر بمكوناتها و عناصرها الجاذبة بمجالها للافراد. يظهر الهدف من هذا البحث من خلال مستويين: انجاز حصيلة تقييمية حول وقع الاقتصاد المتعلق بالسياحة على المستوى المحلي و تقييم مدى استمرارية هذه المقاربة الاقليمية عن طريق منهجية تتركز على Systemique.

**الكلمات المفتاحية:** التنمية المحلية، السياحة، تيبازة، القيمة المضافة.

#### 1. Introduction : Développement local par le tourisme, concepts et enjeux

Sachant que l'économie algérienne est peu compétitive et peu diversifiée, l'une des solutions pour notre pays serait de développer le tourisme. L'objectif de cet article est de confirmer l'attractivité touristique d'une petite ville touristique littorale, Tipaza et de mesurer son impact sur le développement local. Dans un premier temps, il nous paraît nécessaire de saisir les enjeux des concepts qui fondent cette thématique.

Le développement local relève d'une stratégie de diversification et d'enrichissement des activités sur un territoire donné à partir de la mobilisation de ses ressources. Dans notre cas, le tourisme sera considéré comme une ressource pour aborder la question du développement local. Cela ne signifie pas que le tourisme peut être l'unique moteur du développement économique local puisque il faut tenir compte des investissements qui s'y réfèrent. Cependant il est considéré comme une activité parmi tant d'autres.

D'une manière classique, lorsqu'on aborde les enjeux de l'attractivité territoriale on la réduit à la capacité des territoires à attirer les entreprises. Mais la capacité d'attirer les individus ne constitue également un aspect essentiel de l'attractivité d'un territoire, et par-delà, de son développement. Si les travaux de la nouvelle économie géographique initiés par (Krugman, 1991) ont incontestablement renouvelé les approches de la géographie économique en mettant en évidence le phénomène de polarisation croissante des activités, ils ont également contribué à diffuser une vision du développement local centrée essentiellement sur les processus liés à

la production. Or, la question du développement local ne se limite pas à la seule problématique de l'offre, mais recouvre également celle de la demande et de la consommation. Cela traduit les explications contemporaines de l'organisation spatiale de l'économie avec une évolution de la localisation des entreprises à la localisation des individus. Le rapport des individus à l'espace semble marqué, aujourd'hui, par une multiplication des lieux de vie à travers la dissociation croissante des zones de travail, de résidence, de loisirs, de tourisme (Knafou, 2000). Or, ce phénomène s'apparente, sur le plan économique, à un processus de dissociation des lieux de production et de consommation dans la vie des ménages et celui-ci semble avoir des incidences importantes sur les économies locales (Davezies, 2004). En effet, les revenus produits sur un territoire n'y sont plus automatiquement consommés, ce qui entraîne des transferts de richesse au profit d'espaces qui semblent particulièrement attractifs sur le plan résidentiel (Davezies, 2003).

La question du développement local ne semble donc pas être déterminée seulement par l'attractivité des territoires vis-à-vis des entreprises, mais également par leur attractivité vis-à-vis des individus qui sont aussi des consommateurs. On s'réfère à cette approche dans le cadre de cet article. Les mobilités touristiques seront considérées comme des marqueurs de l'attractivité de Tipaza et ses enjeux en matière de développement local. À ce titre il convient de montrer son poids et ses retombées sur l'économie (création d'emplois, de revenus) et sur l'espace. En tenant compte du **concept** de développement durable. Les indicateurs sont sélectionnés selon la disponibilité des données statistiques.

## 2. Les potentialités touristiques de Tipaza

Tipaza est située à 70 Km au sud-ouest d'Alger, elle est le chef-lieu de wilaya. Elle fut habitée très anciennement on a trouvé les témoins d'une implantation préhistorique continue sur 30 millénaires. La ville antique est bâtie au bord de la mer ; la ville actuelle lui est accolée au sud adosse au versant elle regarde donc à la fois le site historique et la mer (carte1).

Carte 1 : les potentialités touristiques de Tipaza



Cartographie : auteurs selon le PDAU, commune de Tipaza et direction du Tourisme

Le premier atout de la ville c'est sa façade maritime de 120 km et ses belles plages. Le second c'est son patrimoine archéologique, site inscrit par l'UNESCO au patrimoine mondial. Le site archéologique (photo 1) couvre 70 Hectares organisés en 2 parcs archéologiques. Tipasa, ancien comptoir punique, fut occupé par Rome qui en constitue une base stratégique pour la conquête des royaumes mauritaniens. Le legs est riche le site comprend un ensemble unique de vestiges phéniciens, romains, paléochrétiens et byzantins, voisinant avec des monuments tel que le (tombeau de la chrétienne), grand mausolée royal de Maurétanie.

Photo1 : les vestiges archéologiques



Le mont de Chenoua est aussi une autre richesse pour la ville il l'a surplombe à 900 mètres. On peut développer des activités sportives la marches, la promenade tout en ayant l'horizon maritime comme paysage. La ville possède un autre patrimoine, l'artisanat notamment la poterie qui a sa renommée à l'échelle nationale. Le musée qui date de 1950 valorise le patrimoine immatériel. La géographie et l'histoire se sont unies pour donner à Tipaza son potentiel touristique.

### 3. Les infrastructures d'accueil

#### 3.1. Les moyens d'accès et les communications

Le maillage routier au niveau de la commune de Tipaza est relativement dense. Néanmoins la connexion de Tipaza à l'autoroute Est Ouest (cartel1) a permis de soulager la pression sur la route nationale qui reliait Alger à Tipaza. C'est un équipement structurant et qui a eu des effets positifs sur l'activité touristique. Le gain d'accessibilité a favorisé l'accroissement de la fréquentation touristique. Nous avons effectué un comptage de la billetterie du parc archéologique, chaque visiteur doit payer un ticket de 20 DA pour avoir accès. Avant l'autoroute il y a eu une vente d'une moyenne de 100 tickets par jour et depuis l'accès à cette infrastructure pour les mois de juin 2012 et juin 2013 le parc a enregistré une vente de 250 billets par jour. Certes pour 2013 ; l'arrivée du ramadhan a anticipé les vacances de certains touristes. Néanmoins on peut confirmer par ces données que le gain d'accessibilité est certainement un élément important dans cette croissance des touristes.

Sur le plan de la communication touristique, la commune souffre de plusieurs faiblesses. Il existe une agence de tourisme à Tipaza malheureusement elle n'assure pas la promotion touristique de la ville. Pourtant l'accessibilité sur le plan virtuel est une nécessité, le touriste veut savoir le maximum en ce qui concerne sa destination. « Internet est à ce niveau un formidable outil de communication, de mise en lisibilité...Là où Internet apporte une plus-value par rapport aux autres médias, c'est que contrairement aux outils traditionnels de la communication de masse, il suscite l'interréactivité ou l'interactivité. » (Cuvelier, 1998, p.20). Les destinations touristiques sont en perpétuel concurrence et dans ce sens, le tourisme, le transport et les nouvelles technologies doivent créer des liens interdépendants afin d'offrir une

offre touristique compétitive. A l'image de l'échec de plusieurs villes touristiques algériennes, Tipaza ne déroge pas à la règle.

### 3.2. La capacité d'hébergement

La capacité d'hébergement est mesurée en termes de lits. Les 3 complexes touristiques : Matarès, Corne d'or et CET (cartel & tableau1) offrent la plus grosses capacité d'hébergement en termes de lits, soit un total de 2428 lits. En complément la commune compte 4 hôtels pour une capacité de 148 lits.

Tableau1 : répartition de l'offre d'hébergement

Structures Hôtelière	Nombre de lits
Matares	1220
Corne d'Or	1000
CET	208
Sindbad	14
La tuquoise	34
Chenoua	46
lala foghala	54
Total	2576

Il y a aussi le camping le Grand Bleu de Chenoua Plage qu'on n'a pas pris en compte vu que ce n'est pas un hôtel, mais il est prévu de le démolir et de construire un hôtel. Cet aménagement est une nécessité puisque la capacité d'hébergement est modeste et en deca des besoins.

La carence en matière d'hébergement et le prix élevé affiché par les hôtels (tableau 3) ont poussé les touristes nationaux à se tourner vers les particuliers qui louent d'une manière informelle leurs maisons.

### 3.3. La restauration

La commune de Tipaza compte 5 restaurants dont 6 publics et 9 privés soit un total de 15 et dont 1300 couverts servis / jour pour le public contre 500 couvert/jour pour le privé en 2011<sup>1</sup>. L'offre est évidemment complétée par les *Fast food* lieux privilégiée de restauration des jeunes.

### 4. Les flux touristiques

La population résidente dans la commune de Tipaza s'élève à 26 299 habitants en 2011. Si on se réfère à l'indicateur classique les nombres de nuitées pour avoir un aperçu sur la fréquentation touristique pour la saison estivale de 2011 a enregistré 40 6111 arrivées pour 91 269 nuitées. Le second indicateur c'est la fréquentation des plages, le nombre d'estivants s'élève à 13 700 000<sup>2</sup> en 2011. Certes il y a des citoyens locaux compris dans ce chiffre

<sup>1</sup> Source : Direction de la programmation et du suivi budgétaire, Monographie de la wilaya de Tipaza, édition 2012, Page 148.

<sup>2</sup> Statistique de la protection civile de Tipaza.

néanmoins cela confirme l'ampleur de l'attractivité touristique et résidentielle de cette petite commune dont la population touristique dépasse la population résidente.

Concernant la structure des flux touristiques (figure 1 & 2) le nombre de nuitées est relativement stable à une moyenne de 100 000 nuitées durant les 5 dernières années que nous avons prises comme échantillon.

Figure 1 : Evolution du nombre de nuitées total durant la saison estivale de 2006 à 2011

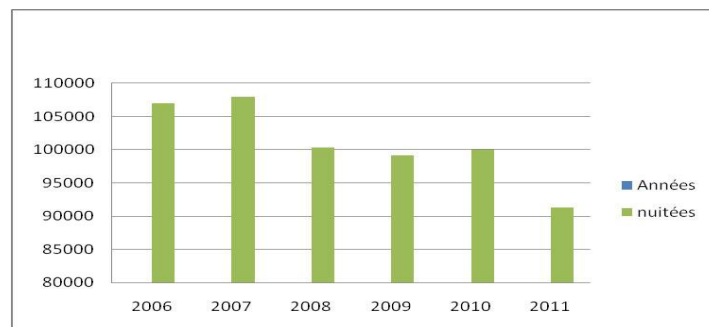
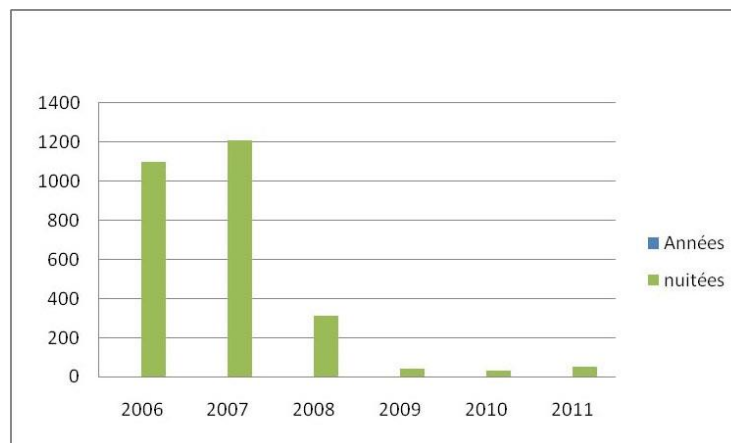


Figure 2 : Evolution du nombre de nuitées des touristes étrangers durant la saison estivale de 2006 à 2011



La baisse relative du flux pour l'année 2011 se justifie par l'arrivée du mois du ramadhan donc le rétrécissement de la période estivale. Concernant les touristes étrangers, ils dépassent rarement une semaine ils font escale à Alger donc ils profitent pour séjourner à Tipaza néanmoins leurs destination finale n'est pas le tourisme balnéaire mais Saharien en particulier Tamanrasset. Néanmoins vu leur pouvoirs d'achats plus élevé que celui de nos concitoyens donc des retombées sur l'économie locale importantes notamment pour le secteur de l'artisanat. D'une manière générale le nombre de touristes étrangers demeure modeste même hors saison estivale, 1000 nuitées pour l'année 2011. Le tourisme balnéaire algérien n'a pas la stature pour concurrencer d'autres destinations des pays voisins.

L'Algérie se classe, en 2008, au 147e rang mondial des destinations touristiques sur les 174 pays classés. Pendant que les pays méditerranéens captent 34 % des flux mondiaux de voyageurs et que le Maroc et la Tunisie atteignent respectivement huit et sept millions de touristes en 2008 (OMT, 2009), le flux des visiteurs à destination de l'Algérie s'élève, selon les chiffres officiels, à 1 800 000, dont la majorité est en voyage d'affaires et 70 % sont des immigrants originaires du pays.

Le tourisme culturel étant l'autre potentiel de richesse de la commune les flux de touristes vers le site archéologique et le musée sont importants soient 218036 pour le premier et 13200 pour le second. Rappelons que le billet coute 20 Da pour accéder au site archéologique et la gratuité pour le musée.

L'intérêt d'évaluer les populations présentes permet aussi prendre en compte les besoins à l'échelle locale. Néanmoins, lors de l'entretien sur le terrain, nous avons déduit que pour les responsables du secteur, ce classement sert uniquement à une estimation de l'attractivité touristique.

Les mobilités touristiques, qui correspondent à des déplacements d'au moins une nuitée effectués hors de la résidence principale, jouent un rôle central dans ce processus. Leur accroissement et le développement des réseaux de transport ont contribué à complexifier la localisation spatiale des individus et à accentuer ce processus de dissociation des lieux de production et de consommation dans la vie des ménages.

Les mobilités touristiques amènent, ainsi, à repenser les modes d'occupation de l'espace, car les individus ne sont plus en permanence sur leur lieu de résidence principale, ce qui introduit un décalage entre la vision traditionnelle de la population résidente et la réalité de la population présente (Terrier et *alii*, 2005). Or, ces mobilités touristiques s'apparentent à un déplacement de consommation du lieu de résidence vers le lieu de séjour, ce qui explique que les liens entre les espaces où les revenus sont générés et ceux où ils sont dépensés se distendent (Claval, 2003). Ces éléments soulignent l'importance pour les territoires la présence de touristes qui viennent consommer localement. L'attractivité des espaces vis-à-vis des populations non-résidentes pourrait avoir des incidences en matière de développement local.

## 5. Tourisme et développement local à Tipaza

Quantifier l'impact économique du tourisme est difficile notamment à cause du manque de données. On va se limiter à donner un aperçu à travers les contributions en termes d'emplois et de revenus liés à l'hôtellerie.

### 5.1. Les emplois

Le tourisme est une activité à forte intensité de main-d'œuvre qui a de ce fait un impact important sur l'économie ; en 2009, il représentait 10,3 % du PIB mondial. Un emploi dans le secteur du tourisme crée environ un emploi et demi supplémentaire (indirect). En utilisant ce multiplicateur, on estime que le tourisme crée, directement et indirectement, plus de 230 millions d'emplois, ce qui représente environ 8 % de la main-d'œuvre mondiale<sup>3</sup>.

Dans notre cas, en 2011, 900 emplois<sup>4</sup> sont liés à l'hébergement au niveau des hôtels, les campings et les métiers des plages. Un aspect positif notamment pour les jeunes qui sont affrontés au chômage. D'une manière générale, le secteur étatique génère des emplois permanents et le secteur privé des emplois saisonniers, c'est le cas de l'hôtellerie (tableau 2). Certes ces emplois sont précaires puisque saisonniers néanmoins, on ne peut nier que ça leur permet de se familiariser avec une activité professionnelle.

---

<sup>3</sup> Le poids économique et social du tourisme, Caisse nationale des dépôts, Ministère de l'Economie et des Finances, France.

Page 7.

<sup>4</sup> Direction du Tourisme, Wilaya de Tipaza.

Tableau 2 : Classification de l'emploi par hôtel en 2011.

Hôtel	Emploi permanent	Emploi saisonnier
CET	120	90
Matares	100	45
Corn d'Or	50	50
Sindbad	10	aucun
Lala Foghala	08	aucun
La turquoise	10	2
Chenoua	12	10
Total	310	197

Source : direction du tourisme, Wilaya de Tipaza

Concernant les campings, ils emploient environ 200 personnes mais cette fois ci le secteur étatique et privé crée essentiellement des emplois saisonniers.

A part, l'hôtellerie, le tourisme local génère aussi des emplois au niveau de la restauration, les artisans et les guides touristiques.

## 5.2. L'apport financier

La géographie économique où la circulation des flux financiers entre les lieux de production et les lieux de consommation touristique seraient intéressants à connaître dans une optique de l'économie « présenteielle » (Davezies, 2009). Le tourisme crée des opportunités de revenus pour de multiples acteurs. Il aurait été intéressant de faire une enquête permettant d'évaluer le montant total des dépenses des touristes à Tipaza. Mais l'absence de données et du fait qu'on est en plein de mois de jeûne donc pas de touristes ne nous permettent pas de faire une enquête sur le terrain et d'aborder cet aspect. On va se contenter de donner un exemple à travers la génération de revenus par les touristes au niveau de l'hébergement à CET (tableau 3). Il est géré par l'entreprise gestion touristique de Tipaza.

Tableau 3 : Tarification des chambres de l'Hôtel CET durant la période estivale (15 mai au 15 septembre 2011).

Type de séjour	Catégorie de chambre	tarification individuelle (Da)	Tarification collective (Da)
Séjour complet	2 personnes	10300	9500
	4 personnes	18200	17000
Demi-séjour	2 personnes	8350	8000
	4 personnes	15000	14000
Séjour	2 personnes	5300	5000
	4 personnes	9500	7500
	6 personnes	9000	12000

Source : Hôtel CET, Tipaza.

Les tarifs sont relativement élevés ils ne sont pas destinés aux bourses modestes. Mais malgré cela, l'hôtel affiche complet durant la période estivale. Si on simule un scénario en tenant compte du fait que CET assure 60 % du chiffre total du nombre de nuitées 91269 en 2011, soit 54761,4 ont séjourné en demi-pension l'offre médiane, on a un revenu qui s'élève à

457257690 Da. Ce revenu montre la plus-value du tourisme et l'intérêt pour Tipaza de maintenir son attractivité touristique. Cette simulation n'inclut pas les billets d'accès au site qui coutent 500 Da pour les passagers qui ne vont pas séjourner à l'hôtel mais ils vont au restaurant ou bien se promener.

Les revenus des touristes s'étalent les autres maillons de la chaîne : restauration, transport, alimentation, artisanat...Il est important de faire une évaluation du poids du secteur touristique afin de connaître son niveau de développement et la place qu'il occupe dans l'économie. À l'échelle nationale, les entrées d'argent liées au tourisme représentent 1.7% du PIB en 2007 (SDAT 2025), cela reste très loin des niveaux atteints par les autres pays riverains de la méditerranée tels que la Tunisie avec 7.6% ou l'Egypte 7.1% et le 12% du PIB mondial (SDAT 2025).

### 5.3. Le tourisme et l'aménagement du territoire à l'échelle locale.

Le tourisme constitue un des éléments clés dans la politique d'aménagement du territoire quand il n'est pas lui-même structurant d'un espace géographique. C'est l'objectif que veut atteindre l'Etat à travers le Schéma directeur d'aménagement touristique (SDAT) à l'horizon 2025. Le pilier de cette nouvelle politique et la mise en place de zones d'expansion touristique (ZET) on associant les opérateurs privés pour l'investissement et la gestion. Il s'agit de la mise en œuvre de pôles et villages touristiques, intégrés afin de déclencher l'amorçage touristique, maîtriser le foncier touristique et rattraper le déficit en matière de structures d'accueil notamment, le parc hôtelier. L'objectif à long terme est aussi de promouvoir une économie alternative et de substitution aux hydrocarbures. Cette stratégie a un coup, 720 millions de dollars seront investis à l'horizon 2025.

À Tipaza trois Zones d'Expansions Touristiques sont programmées dont les caractéristiques sont les suivantes :

-La Zone d'Expansions Touristique (ZET) de Tipaza-CET (carte2) :

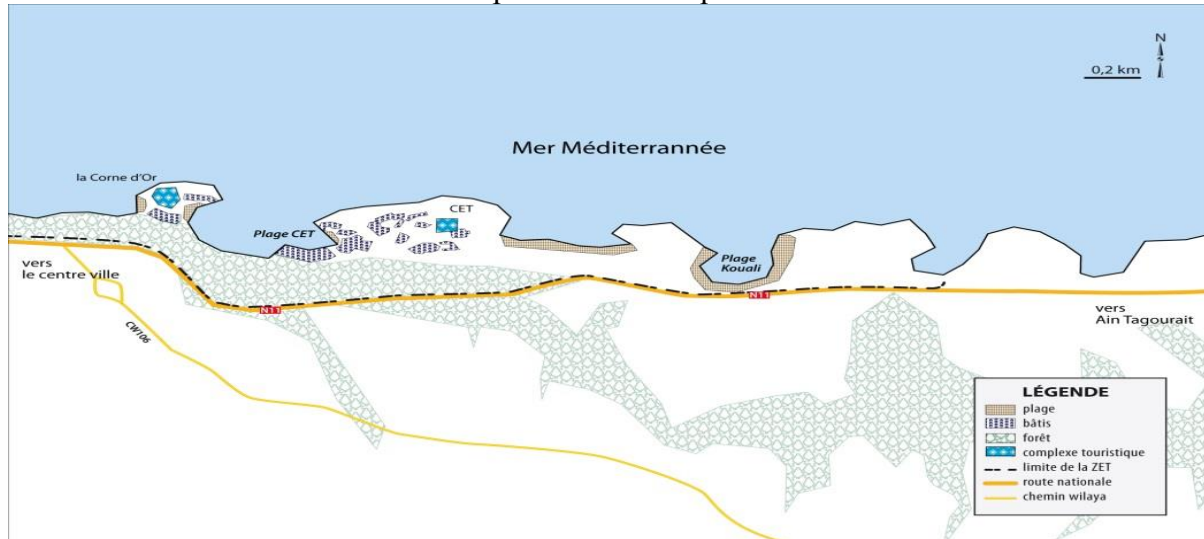
C'est la seule ZET qui possède deux sites touristiques CET et la Corne d'Or avec la plus grande capacité hôtelière.

La superficie de la ZET est de 87,5 ha dont :

- 37,97 ha terrains agricoles dont 30 ha seront reconvertis;
- 26 ha domaine forestier;
- 36,5 ha occupés par le complexe touristique CET;
- 3,7 ha occupés par l'unité Corne d'Or;
- 0,6025 ha propriété EPLF.



Carte 2 : Localisation de la Zone d'expansion touristique à CET



Cartographie : auteurs selon le PDAU, commune de Tipaza et direction du Tourisme

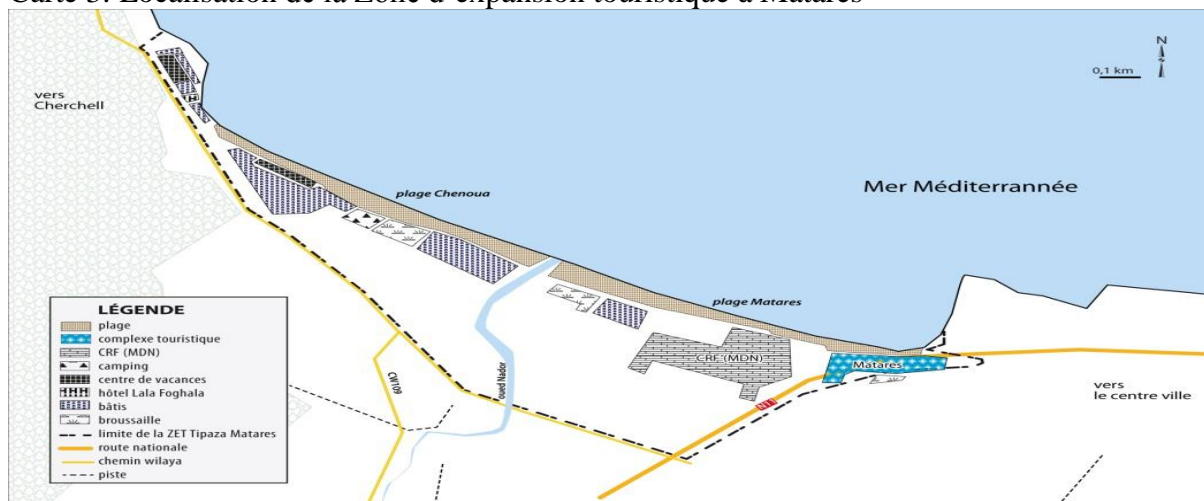
- La Zone d'Expansion Touristique (ZET) de Matares (carte3) :

La superficie de la ZET est de 157 ha qui comprennent :

- 67 ha de terrains agricoles;
- 18,5 ha de domaine forestier;
- 8,8 ha du complexe Matares
- 0,2 ha pour le musée marin
- 6 ha de camping;
- 4 ha pour la réalisation d'une station d'épuration,
- 1.800 m2 coopérative immobilière;
- 22 villas appartenant à la wilaya;
- 2 centres de vacances.

Le camping le Grand Bleu de Chenoua Plage, qui existe depuis 1996 sera démoli. Le futur village touristique sera composé d'un hôtel de 280 lits, 120 appartements-hôtel (entre F3 et F1), 6 résidences touristiques, un théâtre de plein air, restaurants, terrains de sports, un quai sur pilotis (pour les bateaux de plaisance et les jet-skis) et 4 piscines.

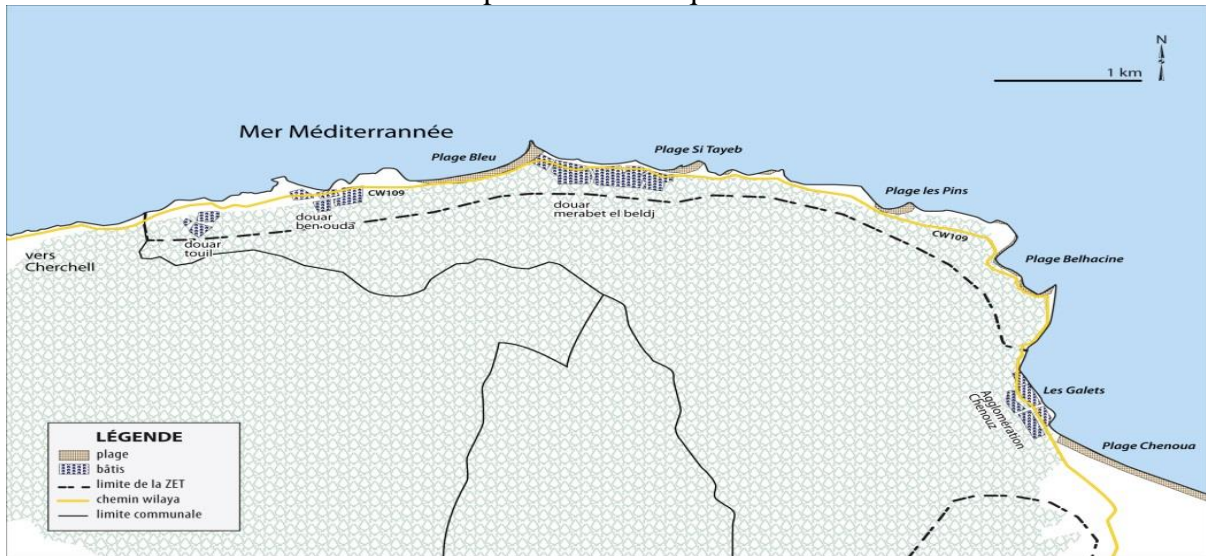
Carte 3: Localisation de la Zone d'expansion touristique à Matares



Cartographie : auteurs selon le PDAU, commune de Tipaza et direction du Tourisme

## La Zone d'Expansion Touristique (ZET) Corniche du Chenoua (carte 4) :

Carte 4: Localisation de la Zone d'expansion touristique à Chenoua



Cartographie : auteurs selon le PDAU, commune de Tipaza et direction du Tourisme

La ZET s'étale sur une superficie de 425 ha. Conformément aux orientations du PDAU, 351,5 ha de la ZET appartenant à la commune de Tipaza seront étudiés en 3 POS comme suit: POS C1 d'une superficie de 154 ha; POS C2 d'une superficie de 121,5 ha; POS C3 d'une superficie de 76 ha. Le reste de la superficie, soit 73,5 ha, appartient à la commune de Cherchell. Les indemnisations pour récupérer les terres agricoles ont commencé une superficie de 257,27 ha est déjà réalisée (dont le cas de Hamdania) une opération d'expropriation de 42 propriétaires, avec une indemnisation pour un montant de 1,08 Milliard de DA.

La réalisation de ces trois Zones d'Expansions Touristiques permettra d'accroître les capacités touristiques de Tipaza et diversifier l'offre : l'écotourisme (randonnées pédestres au niveau de la forêt de Chenoua), la plaisance, des activités sportives. Des infrastructures d'accueil aux normes internationales qui seront bénéfiques pour la promotion du développement local, notamment celui de la création d'emploi pour les jeunes. Concernant les objectifs visés en termes d'attractivités touristiques il nous semble acquis pour le tourisme national en revanche pour l'international il faudra compter avec la concurrence des pays voisins et des autres pays touristiques méditerranéens non saturés.

## 6. Les conditions de la durabilité de l'attractivité touristique de Tipaza

### 6.1. La prise en compte du développement durable

Le tourisme est aussi un enjeu environnemental. Les effets positifs du tourisme sur l'économie sont souvent accompagnés par d'autres effets néfastes sur l'environnement. La prise de conscience de l'opinion vis avis de l'écologie a donné au tourisme une nouvelle tournure, le concept des 3 « S » (sun, sand, sea) est révolu. La fréquentation abusive

d'un site, d'un espace peut conduire à sa dégradation, à sa destruction, voire à sa disparition, si le seuil de fréquentation est dépassé ou arrive à saturation et en ne laissant pas assez de temps pour une régénération naturelle (espaces et écosystèmes naturels) ou artificielle (sites et monuments historiques, équipements divers, etc.). Les plages subissent actuellement une pression considérable qui risque, si elle n'est pas maîtrisée, d'entraîner leur dégradation d'une manière irréversible (agression des dunes bordières, etc.).

Pour réussir la conciliation du tourisme et l'environnement les responsables locaux à Tipaza doivent adopter une gestion contemporaine des stations balnéaires en respectant les principes de durabilité et c'est l'occasion pour la prévoir au niveau des ZET :

- on limitant l'effet de saisonnalité, en se fondant sur les nouvelles formes de tourisme (culturel, historique, patrimonial, ecotourisme...);
- il ne s'agit plus de gérer les flux de visiteurs au fur et à mesure que les impacts sociaux et environnementaux sont révélés, mais de prévenir leur apparition;
- définir des politiques de fréquentation axées sur la qualité de la visite plutôt que la quantité de visiteurs. La définition de seuils d'acceptabilité d'ordres sociaux, économiques et environnementaux est donc clairement posée.

## 6.2. La promotion du tourisme culturel et naturel

Ces dernières années, le patrimoine culturel a fait l'objet d'une attention croissante de la part des opérateurs touristiques. Des voyageurs spécialisés dans le trekking, tels que Terre d'aventure, proposent désormais des séjours qualifiés de «séjours de découverte». Tipaza pourrait s'inspirer de cette formule. Elle a plusieurs facteurs d'attraction touristique, notamment le patrimoine. On pourrait suggérer un tourisme en fonction du binôme littoral-patrimoine. L'intérêt est multiple : valoriser le patrimoine qui pourrait être une nouvelle manne économique pour le développement local, développer un tourisme alternatif et durable, offrir une gamme de pluri saisonnalité ou la fin de la saison (été - plage).

## 6.3. La promotion de la notoriété touristique de Tipaza

Afin de renforcer son attractivité touristique les autorités locales de Tipaza doivent s'investir dans le marketing urbain pour la promotion de la ville et de ses atouts et mieux se positionner face à la concurrence. Cet outil n'est pas maîtrisé et sous-estimé par les collectivités territoriales de Tipaza. L'activité touristique doit faire l'objet de stratégies marketing tout comme n'importe quel bien de consommation mais dans notre cas, on se contente d'un seul support la brochure de l'office de tourisme.

## 7. Conclusion

Nous avons montré dans cet article que Tipaza a une forte attractivité touristique et que le tourisme peut soutenir le développement local.

Les mobilités touristiques ont une influence sur l'organisation spatiale de l'économie donc la géographie de la production ne peut pas être l'unique grille d'analyse de l'organisation spatiale de l'économie. Les changements temporaires de localisation effectués par les individus dans le cadre de leurs mobilités touristiques, par les déplacements de consommation qu'ils génèrent entre les espaces, pourraient constituer un autre déterminant de l'organisation spatiale de l'économie. L'attractivité territoriale de Tipaza pourrait constituer un objectif des politiques de développement local. Nous avons estimé les emplois générés par le tourisme et l'apport de richesse pour cette commune.

Cependant, Le tourisme ne peut pas constituer la seule ressource financière d'un territoire, tant la rentabilité des investissements est incertaine. De plus le développement excessif du tourisme ne doit pas nuire à l'environnement et ne doit pas freiner le développement d'autres activités économiques complémentaires. Pour bénéficier de la plus-value, il convient aux acteurs locaux d'adopter le concept de tourisme durable et dans le cas de Tipaza il doit nécessairement intégrer le tourisme culturel.

#### Références bibliographiques :

- Abdelmalki L., Courlet C., 1996. *Les nouvelles logiques du développement*. Paris, L'Harmattan.
- Barbaza Y., 1988, Géographie du tourisme, *Annales de Géographie*.
- Claval P., 2003, *La géographie du XXIe siècle*, Paris, L'Harmattan, 243 p.
- Cuvelier P., 1998, *Anciennes et nouvelles formes de tourisme. Une approche socioéconomique*, L'Harmattan, Paris.
- Davezies L., 2003, Les inégalités territoriales, la lutte du pot de terre contre le pot de fer ?, in *L'aménagement durable: défis et politiques*, sous la direction de Wachter S., La Tour d'Aigues, Éditions de l'Aube, 195 p.
- Davezies L., 2004, Temps de la production et temps de la consommation : les nouveaux aménageurs du territoire ? in *Futuribles* n° 295.
- Davezies L., 2009, L'économie locale résidentielle, *Géographie Économie Société*, volume 11.
- Deprest F., 1997, *Enquête sur le tourisme de masse, l'écologie face au territoire*. Mappemonde, Belin, Paris.
- Krugman P., 1991, Increasing Returns and Economic Geography, *Journal of Political Economy*, n°99, pp.483-499.
- Knafou R., 2000, Éléments pour l'intégration des mobilités touristiques et de loisirs dans un système global de mobilité, in M. Bonnet (dir.), *Mobilités et territoires*, Paris, P.U.F.
- Lazarotti O., 2003, Tourisme et patrimoine : *Annales de géographie*, n°629, p. 91-110.
- Laplante M., 1987, Le tourisme et les transports, *Téoros*, 6(1) : 2-3.
- Lozato-Giotart J., 1993, *Géographie du tourisme. De l'espace regardé à l'espace consommé*, Masson, Paris.
- Monographie de la Wilaya de Tipaza*, Direction de la Programmation et du suivi Budgétaire, Wilaya de Tipaza, 2012.
- Patrick N & Vallerugo F., 1996, Le marketing des villes, un défi pour le développement stratégique, Éditions d'Organisation.
- Pecqueur B., 1989. *Le développement local*. Syros, 148 p.
- Terrier C., 2005, « Flux et afflux de touristes : les instruments de mesure, la géométrie des flux » in *FLUX Réseaux et Territoires*, n° 65.
- Violier P., 2008 Développement local par le tourisme, concepts et enjeux, édition Belin.

#### *Documents de planification et d'urbanisme*

- Le Schéma Directeur d'Aménagement du Territoire 2025 (SDAT).
- Le Plan Directeur de l'Aménagement et de l'Urbanisme de Tipaza (PDAU).

#### Les textes de lois.

- La loi 02-01, du 12 décembre 2001 relative à l'Aménagement du Territoire et au développement Durable.
- La loi du 03-01 du 17 février 2003 relative au développement du tourisme durable.

-Décret exécutif du 07-86 du 11 Mars 2007 Fixant les modalités d'établissement du plan d'aménagement touristique des zones d'expansion et Sites touristiques (ZET).