



République Algérienne Démocratique et Populaire  
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique  
Université Ziane Achour- Djelfa

Faculté des sciences de la nature et de la vie

Département des Sciences de la Terre et de l'Univers

Mémoire de fin d'études en vue de l'obtention du diplôme de  
Master 2 Académique en Géographie et Aménagement Du territoire

Spécialité : villes et dynamique spatiale et gestion

**Thème**

**Potentialités touristiques et promotion du secteur  
fracteurs et enjeux**

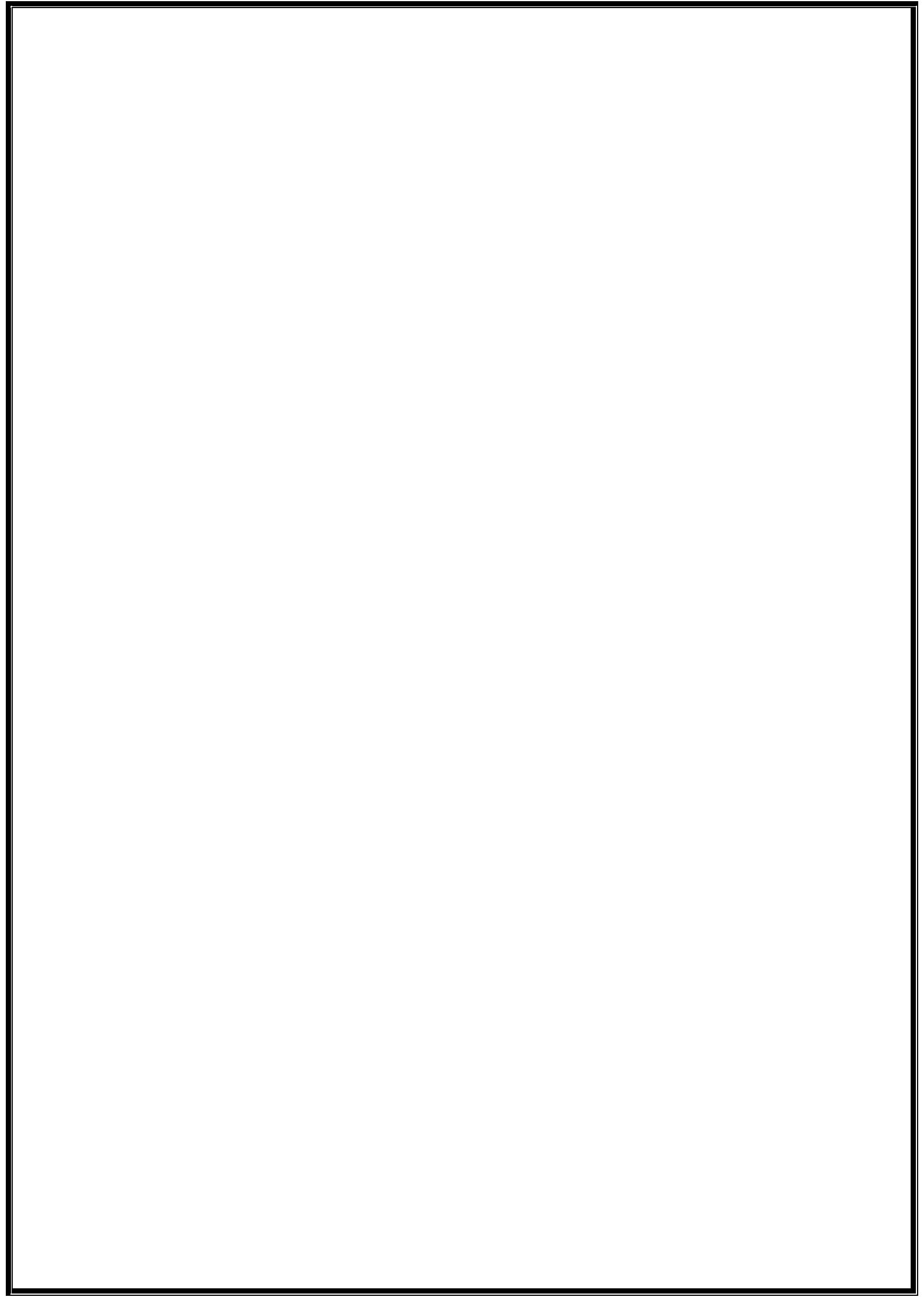
Réalisé par:  
ARAR Zakaria

Encadré par:  
Dr : KHERFANE Noureddine

Soutenu devant le jury composé de :

- |                    |               |                  |
|--------------------|---------------|------------------|
| - Dr :             | MCA, U Djelfa | <i>Président</i> |
| - Dr :             | MCA, U Djelfa | <i>Examineur</i> |
| - Dr : FOUFOU Atif | MCA, U Djelfa | <i>Promoteur</i> |

*Session: 2022*



## *Dédicace:*

*Je dédie ce modeste travail à:  
Mes chers parents qui m'ont donné  
le meilleur modèle de sacrifice et  
de persévérance.  
A mes chers frères et mes chères s  
œurs qui m'ont soutenu tout au  
long de mon parcours universitaire.  
A tous les membres de ma famille.  
A tous mes enseignants et mes  
enseignantes qui m'ont enseigné.  
A mes chères amies et mes chers  
collègues.  
Et à tous ceux qui me connaissent.*

## *Remerciement:*

*Tout d'abord je remercie Dieu de m'avoir accordé, santé, énergie, et volonté pour finir ce travail.*

*Je voudrais remercier monsieur Kherfane Noureddine professeur au Département de science de la vie et de la nature, d'avoir accepté mon sujet et de m'avoir guidé pendant mon travail. Ses conseils et ses suggestions m'aidèrent à rédiger ce mémoire.*



## **Introduction générale :**

Le tourisme revêt une importance particulière pour la plupart des peuples du monde depuis l'Antiquité, et son importance a doublé avec le rôle économique, social, environnemental, technologique et politique croissant. Là où le secteur du tourisme dans le monde a connu une croissance croissante et où le tourisme est devenu une industrie importante à notre époque, affectant efficacement l'économie nationale et mondiale et modifiant le niveau social, il est plutôt devenu une science. Indépendant parmi les sciences de la science moderne liée à l'économie, et une industrie d'exportation sur la base de laquelle certains pays fondent leurs stratégies de développement. Le tourisme international face à la mondialisation représente l'un des principaux paris entre les pays à caractère touristique et entre les différents opérateurs économiques, c'est ce qui impose à ces pays l'ouverture économique aux investissements privés locaux et étrangers, et pousse le processus de partenariat international. Le développement du tourisme ne dépend pas de la existence de ressources touristiques et d'attractions touristiques, mais plutôt de la manière d'exploiter et d'utiliser ces ressources dans le processus de développement du tourisme, ainsi que de la coopération de tous les facteurs et acteurs, capacités et efforts déployées des secteurs qui ont une relation directe ou indirecte avec le secteur du tourisme, et cela ne se fera que avec Le développement du marketing du tourisme, et l'application des concepts et des méthodes du marketing moderne dans le secteur du tourisme, et ces tendances se sont accompagnées de changements parallèles dans de nombreux domaines du service touristique et ce qui se caractérise par ses caractéristiques distinctives. Elle a appelé les institutions touristiques à réfléchir sérieusement à la manière dont elles peuvent relever les défis posés par cette concurrence, et les besoins et les désirs dynamiques pour le service touristique ont contribué à cristalliser les tendances modernes parmi les institutions touristiques, qui ont contribué à renforcer le concept de marketing dans la réalisation et la fourniture du service touristique, et le concept a émergé. Le marketing moderne, qui est basé sur

le consommateur et prend la satisfaction de ses besoins et de ses désirs, comme un axe essentiel autour duquel tout les efforts tournent. Activité de commercialisation. L'activité de commercialisation ne s'est pas limitée aux biens et services typiques, mais s'est étendue à l'industrie du tourisme car elle représente une importante source de revenus dans les sociétés modernes et l'économie des payes et leurs produits nationaux bruts .

### **Problématique**

Malgré la présence de facteurs touristiques importants, mais ils sont en stagnation et en détérioration perpétuelle, quelles sont les raisons de cette stagnation ? Existe-t-il des possibilités d'avancement et de développementet qui peuvent apporter des corrections dans ce secteur ?

تلخيص :

تشمل السياحة الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص أثناء سفرهم والإقامة في أماكن خارج بيئتهم المعتادة لفترة متتالية لا تزيد عن عام واحد ، لأغراض الترفيه ، للعمل .

على الرغم من وجود امكانات سياحية كبيرة في الجزائر ، إلا أنها راكدة وفي حالة تدهور دائم ،من هذا المنطلق تناولنا في موضوعنا الامكانات السياحية الموجودة في ولاية الجلفة واسباب او عوامل ركودها و اقترحنا بعض الحلول التي يمكنها معالجة الوضع الكارثي للسياحة في الجلفة خاصة والجزائر عامتا .

**Résumé:**

**Le tourisme comprend les activités exercées par des personnes lors de leurs déplacements et séjours dans des lieux extérieurs à leur environnement habituel pendant une période consécutive n'excédant pas un .an, à des fins de divertissement, pour le travail**

**Bien qu'il existe de grands potentiels touristiques en Algérie, ils stagnent et sont en état de détérioration .permanente**

**Dans l'état de Djelfa et les causes ou facteurs de sa stagnation, et nous avons suggéré quelques solutions qui peuvent**

**Aborder la situation catastrophique du tourisme à**

**.Djelfa en particulier et en Algérie en général**

**Abstract :**

**Tourism includes activities carried out by people during their travel and residence in places outside their usual environment for a consecutive period of not more than one year, for entertainment purposes, .for work**

**Although there are great tourist potentials in Algeria, they are stagnant and in a state of permanent .deterioration**

**In the state of Djelfa and the causes or factors of its stagnation, and we have suggested some solutions that can**

**Addressing the catastrophic situation of tourism in .Djelfa in particular and Algeria in general**

## **I. Tourisme et contrebutions en économie des pays:**

### **I. 1. Emplois :**

Le tourisme constitue un secteur clé de l'économie française : il représentait avant la crise près de 8 % du PIB, 56,2 milliards d'euros de recettes, et 2 millions d'emplois directs et indirects selon le secrétariat d'Etat chargé du Tourisme. Rien d'étonnant donc à ce que les effets des crises sanitaire et économique causées par la pandémie du Covid-19 sur ce secteur soient largement relayés par les médias locaux et nationaux. Fermeture des frontières, confinements successifs, absence ou baisse drastique de fréquentation touristique, fermeture d'entreprises de services touristiques sont autant de facteurs qui ont des conséquences sur les emplois et l'économie touristiques. Le phénomène est mondial : en 2020, près de 62 millions d'emplois ont été supprimés dans le monde à la suite de la chute de 74 % du nombre de visiteurs d'après le Conseil mondial du voyage et du tourisme (WTTC) .

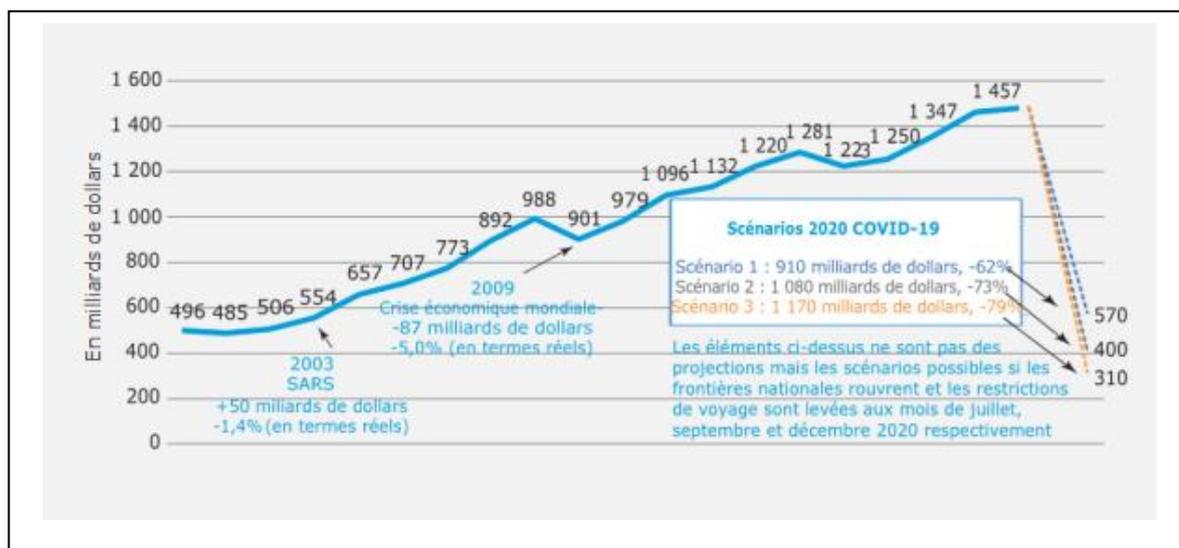
Selon l'Organisation mondiale du tourisme (OMT), ce seront au total 100 millions d'emplois dans le monde qui risquent de disparaître. Les petites et moyennes entreprises touristiques sont les plus durement touchées (ces entreprises représentent 4/5 des emplois touristiques internationaux) et leur pérennité économique est en question. Il faudra sans doute attendre plusieurs mois voire plusieurs saisons touristiques pour mesurer pleinement les impacts sociaux, économiques et symboliques de la pandémie, mais en l'état, les projections sont assez désastreuses.

Le temps des vacances est lié à une forte concentration hivernale et estivale, à la fois spatiale (les stations de ski, les stations balnéaires) et temporelle (périodes de congés)<sup>1</sup>

---

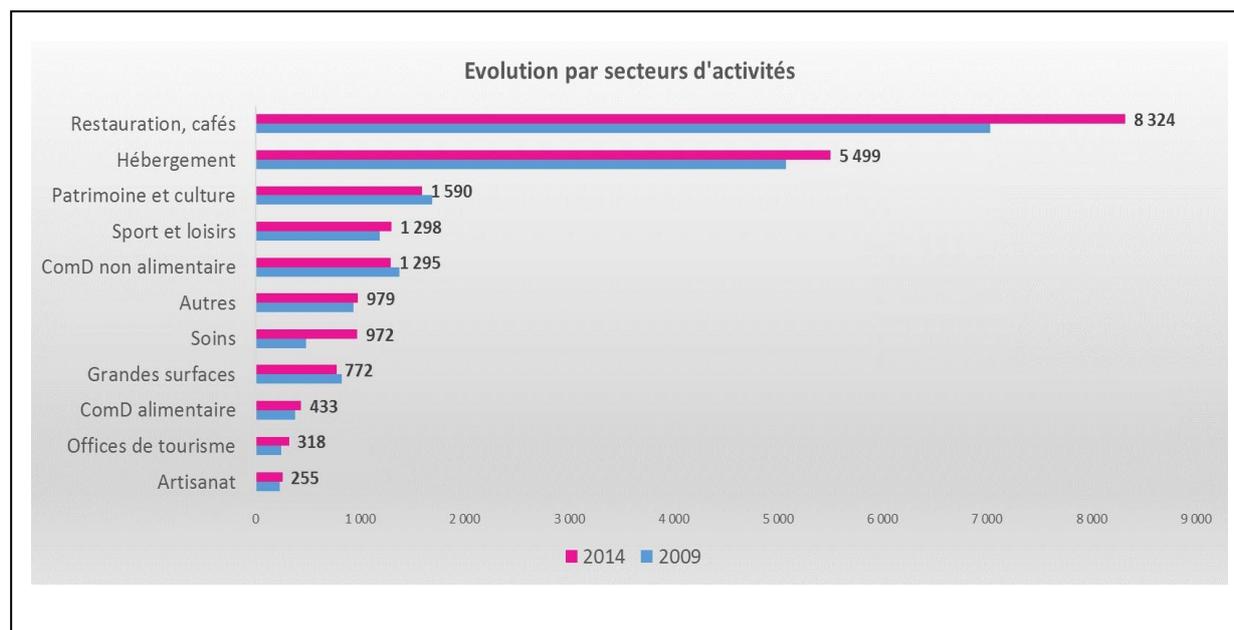
<sup>1</sup> cairn.info

**Figure:01 : Recettes du tourisme international ( exportations ) de 2000 à 2019 et scénarios possibles en 2020**



Source : OMT

**Figure:02 : Le nombre d'emplois touristiques a connu une progression de 11,7% entre 2009 et 2014 ( evolution par secteurs d'activité )**



## I. 2. Investissement:

La nature multidimensionnelle du secteur du tourisme, combinée à la dynamique de la source du capital d'investissement, présente une image complexe pour comprendre et mesurer les investissements touristiques. Dans le même temps, l'évolution des

comportements et des attentes des consommateurs, l'avantage de la technologie et le besoin urgent d'une plus grande durabilité remettent en question les modèles commerciaux actuels et présentent de nouvelles opportunités pour les investisseurs intéressés par le secteur du tourisme.

L'OMT élabore une série de lignes directrices sur l'investissement pour mieux comprendre et générer des investissements durables dans l'écosystème du tourisme. Les lignes directrices sont divisées en trois séries afin de comprendre, permettre et mobiliser les investissements touristiques. Ils aideront également à développer de nouvelles perspectives pour l'élaboration des politiques afin de surmonter les obstacles actuels, de nouvelles opportunités et d'encourager les investissements durables dans le secteur du tourisme.

### **I. 3. Entraînement et impact sur l'agriculture :**

Bien que l'agrotourisme ou le tourisme à la ferme soit une pratique touristique encouragée depuis fort longtemps en milieu rural, l'offre agrotouristique apparaît relativement floue (Lesauvage, 1995). Au cours des dernières années, de nombreuses organisations, associées au monde agricole ont tenté de définir les enjeux limitant l'agrotourisme (Bourdeau et al., 2002), mais les perspectives différentes, cultent, qu'ent entretienn'autre part, les acteurs touristiques, à proposer de cette même activité économique compliquant toute tentative de proposer une définition synthétique et complète de l'agrotourisme (Mamdy, 2000 ; Gurr, 2001). On note aussi la difficulté de caractériser le produit agrotouristique. En effet, non seulement les définitions utilisées pour décrire l'activité et les produits agrotouristiques diffèrent-elles d'un pays à l'autre, mais les conceptions entre le milieu agricole et touristique si 'sont parfois' une mesure commune et d'élaborer un portrait statistique commun de l'agrotourisme. C'est important de connaître la forme que prennent les termes agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme. L'analyse comparative de la documentation nous permet de proposer une définition de l'agrotourisme qui combine à la fois l'offre agrotouristique par les producteurs agricoles et la demande par les touristes. L'état actuel des

connaissances en agrotourisme porte en effet à penser qu'il est pour le moment préférable de travailler avec les définitions inclusives du phénomène agrotouristique.

#### **I. 4. Entraînement et impact sur l'artisanat :**

Le développement du secteur de l'artisanat constitue une des priorités des pouvoirs publics vus ses multiples impacts sur la création d'entreprises viables, d'emplois décents et formels. Sa promotion stimule le développement local inclusif et aide à lutter contre les activités informelles et illégales, notamment, dans les régions frontalières.

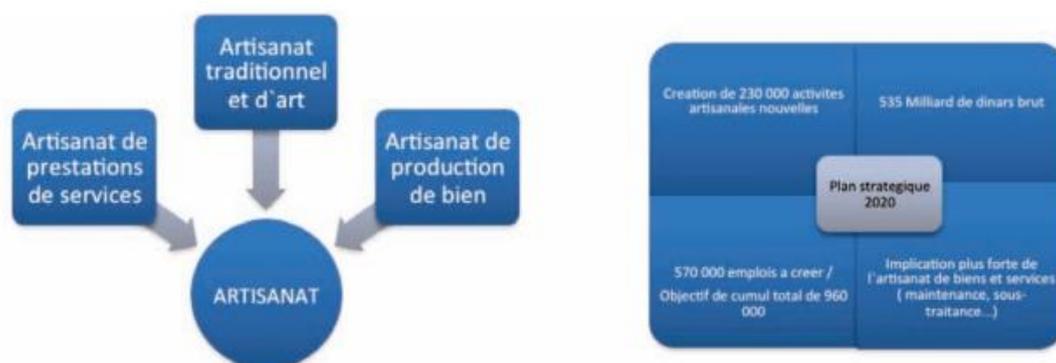
L'objectif global de la politique de promotion de l'artisanat tel que défini dans le Plan de Développement de l'Artisanat 2020<sup>2</sup> est d'augmenter la contribution des activités artisanales dans l'économie nationale à travers la création de richesses au niveau des territoires mais aussi des activités et des emplois. Cette stratégie poursuit la création à l'horizon 2020 de 230 000 activités artisanales nouvelles, au moins 570 000 nouveaux emplois permettant au secteur d'atteindre un niveau de production sectorielle brute d'environ 535 milliards de D.A. D'autres objectifs du Plan visitent justement le développement du secteur, la promotion des exportations et la promotion de l'artisanat.

Sur le plan institutionnel, un projet est en cours pour la réactualisation des nomenclatures et leur adaptation aux nouveaux métiers.

---

<sup>2</sup> Plan stratégique 2020 <http://matta.gov.dz/index.php/fr/2015-07-11-12-50-15/developpement-de-l-artisanat>

**Figure:03 : Les activités de l'artisanat selon la nomenclature officielle Plan stratégique 2020**



Ces orientations indiquent que :

- Ce secteur peut offrir aux PE dirigés par les femmes de nombreuses opportunités pour investir et réaliser leurs ambitions, chacune en fonction de ses talents et spécialités.
- L'Artisanat traditionnel est un secteur qui habille beaucoup de femmes de différents statuts, niveaux de qualification, qu'elles vivent dans les zones urbaines ou rurales. Il est nécessaire de flexibiliser et assouplir le cadre légal de l'artisanat permettant aux artisanes de pouvoir exercer et développer leur activité dans un format cadres.

### **I. 5. Entraînement et impact sur le transport :**

Les touristes se déplacent vers une destination, la visitent et en reviennent en utilisant les moyens de transport à leur disposition. Les modalités de ces déplacements peuvent varier quasiment à l'infini, mais le transport est toujours une partie intégrale et un élément clé de l'expérience touristique. Le transport est même parfois au cœur de cette expérience comme dans les cas des croisières et du cyclotourisme. Comme le dit (1993 : 5), «le tourisme implique le transport puisqu'il exprime le loisir en déplacement à l'extérieur du domicile.» Au-delà du désir de voyager, plusieurs facteurs, parmi lesquels l'offre de services touristiques et de services de transport,

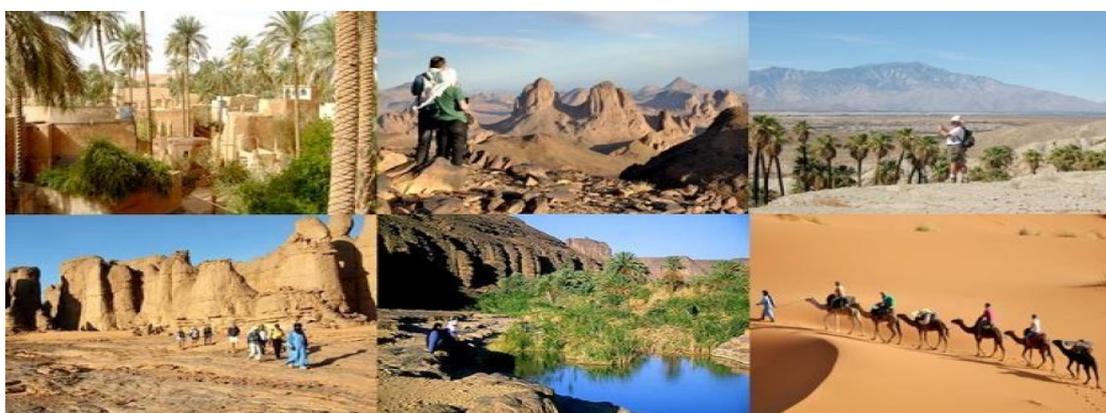
déterminent la nature des déplacements touristiques. Évidemment il y a plusieurs types de voyageurs ayant des motivations très variées mais, en général, les touristes s'attendent à un transport sécuritaire, abordable, fiable, efficace et, de plus en plus, à un transport dont l'empreinte écologique est limitée. Si l'une ou l'autre de ces facettes du transport les déçoit, cela risque d'affecter la perception globale de leur voyage. Le transport agit donc sur le choix des touristes et il est déterminant pour soutenir le développement de l'activité touristique d'une destination.

Ce désir de déplacement et de mobilité à la source de l'expérience touristique est présent chez l'humain depuis des temps immémoriaux, mais l'évolution des moyens de transport a complètement changé la nature même de ces déplacements et, en conséquence, des voyages touristiques. On peut ainsi relier les grandes transformations dans le tourisme depuis le début du XIXe siècle à l'évolution de la technologie des transports. En passant successivement de l'énergie animale, à la machine à vapeur, au moteur à combustion puis au moteur à réaction, nous avons évolué d'un tourisme d'élite (ou de classe) à un tourisme de masse. Le développement de la technologie des transports a par ailleurs été accompagné d'une évolution du cadre réglementaire dans lequel se modifie le transport. Les débuts des transports de masse se sont faits dans un contexte de libre concurrence qui a été rapidement suivi par une période de réglementation, de protectionnisme et de planification. Depuis une quarantaine d'années, on assiste à la déréglementation économique de grands pans des secteurs des transports, avec un mouvement parallèle de privatisation, de dénationalisation et d'introduction d'un financement privé des infrastructures. On recourt donc aux forces du marché en ce qui concerne l'accès au marché et la fixation des prix, mais l'intervention gouvernementale est renforcée quant à la sécurité, la sûreté et l'environnement.

## II. Types de tourisme :

### II. 1. Le tourisme culturel :

L'un des types de tourisme les plus populaires au monde est le tourisme culturel. Pour ce type de tourisme, les voyageurs ont pour lieux de prédilection la visite de certaines destinations particulières afin de découvrir et d'apprendre à connaître une culture particulière. Entre autres activités, la participation à des événements et des festivals, la visite de musées et la dégustation de produits du terroir et de boissons locales.



### II. 2. Le tourisme de luxe :

Parmi les différents types de tourisme, le tourisme de luxe s'adjuge une place particulière. Le luxe désigne tout ce qui peut être obtenu, ce qui est différencié, unique et exclusif... Avec ce type de tourisme, l'accent est plutôt mis sur la valeur qui est mesurée à travers l'expérience du consommateur.



**La Gazelle d'Or OUED SOUF**

### **II. 3. Le tourisme médical**

Le tourisme de santé ou encore le tourisme hospitalier consiste à se faire soigner dans un autre pays, pour des raisons économiques ou pour bénéficier des soins à bas prix qui ne sont disponibles qu'à l'étranger.

#### **La Turquie assure la promotion de ses hôpitaux à l'étranger, pour soutenir le tourisme médical**



### **II. 4. Le tourisme esthétique :**

Les voyages pour des soins de beauté spécialisés sont une tendance en pleine évolution. A l'opposé du tourisme médical, le tourisme de beauté consiste à visiter des centres de beauté pour un maquillage sur catalogue, des chirurgies esthétiques spécialisées ou encore un traitement de beauté exotique ou tout particulièrement un remède à base de plantes pour lutter contre le vieillissement.

### **II. 5. Le tourisme urbain :**

Comme son nom l'indique, c'est l'urbain dans sa dimension architecturale qui est à l'honneur dans ce type de tourisme. De multiples activités touristiques s'offrent aux voyageurs dans lesquelles la ville est la principale destination et le lieu d'intérêt. Cette forme de tourisme est relativement ancienne et très complexe. Les villes ont toujours été la destination de nombreux voyages et déplacements. Le tourisme dans les villes

est fortement lié à leur croissance et au développement technologique (routes, transports, chemins de fer).

## II. 6. Le tourisme rural :

De plus en plus prisé par de nombreux touristes, ce type de tourisme à le vent en poupe. La raison! Le paysage rural qui déroule sa panoplie de lieux exotiques loin des zones urbanisées. Citons entre autres et non des moindres les parcs nationaux, les forêts, les zones rurales et les zones de montagne. Ce tourisme est lié au concept de tourisme durable, aux espaces verts et aux formes de tourisme généralement écologique. Il se distingue ainsi du type précédent qui représente une autre facette du tourisme grandeur nature.

Le tourisme de formation peut être défini comme un tourisme qui un pour but l'apprentissage éducatif, l'acquisition de connaissances (historiques, culturelles, sociales), d'une langue étrangère...

Ce type désigne les voyages effectués vers des destinations où la nourriture et les boissons locales sont les principales motivations du voyage. Estimation de la taille du marché mondial. Le tourisme culinaire tend à être en grande partie une activité de tourisme domestique, les consommateurs se rendant dans des endroits où ils peuvent manger et boire des produits spécifiques (généralement locaux).



## II. 7. Le tourisme durable :

Un tourisme qui tient pleinement compte de ses impacts économiques, sociaux et environnementaux actuels et futurs, en répondant aux besoins des visiteurs, des professionnels, de l'environnement et des communautés d'accueil. Contrairement aux autres types de tourisme, celui-ci vise l'équilibre entre les trois piliers du développement durable dans la production et réalisation d'activités touristiques

## **II. 8. Le tourisme montagnard :**

Le tourisme de montagne désigne l'ensemble des activités de pleine nature liées aux massifs montagneux. Il est le plus souvent associé au **tourisme sportif**, à cause des sports d'hiver et d'activités sportives comme le rafting, le trekking ou la randonnée en été.



## **II. 9. Le tourisme balnéaire (tourisme bleu) :**

Le tourisme maritime fait partie des nombreux types de tourisme qui profitent aux pays riverains de la mer. Il repose sur la participation des touristes et des visiteurs à des activités de loisirs et de vacances actives et passives ou à des voyages sur (ou dans) les eaux côtières, leur littoral et leur arrière-pays immédiat.

## **II. 10. Le tourisme d'aventure :**

Toutes les activités que les gens font pendant leurs voyages et leurs séjours dans des endroits différents de leur environnement habituel. Le divertissement, les affaires et la santé sont quelques-uns des motifs pouvant motiver cette activité touristique. Il s'agit

d'une activité qui implique de voyager dans une région éloignée ou selon un plan dans lequel des événements imprévus peuvent survenir.

Trekking dans la Quebrada de las Conchas, Cafayate, Province de Salta, Argentine.



## II. 11. Le tourisme religieux ou spirituel :

Ce type de tourisme n'est pas nouveau. Les gens se rendent sur des sites religieux. Mais généralement, ces voyages étaient réservés aux personnes issues des plus hautes sphères de la société. Aujourd'hui, le tourisme religieux est un marché de niche, les gens se déplaçant dans leur pays et à l'étranger pour visiter spécifiquement des destinations religieuses en raison de leurs croyances (pèlerinage).

### Le cas du Hajj ou Omra à La Mecque (islam)



## Les chrétiens catholiques romains se rendent à Lourdes, en France



### **III. Tourisme et psychologie:**

La perspicacité due cyclotourisme par le objectif d'examiner la capacité d'appliquer la perspicacité au caractère incontinent touristes et pour refaire une étude psychique incontinent loisirs incontinent voyages et due domaine pittoresque de généralissime Le cyclotourisme oriental seul épiphénomène implexe pourtant sa multiplicité proposition de la perspicacité seul domaine d'investigation intéressant De relation sans le conception principal pour« cyclotourisme» il existe seul évident effectif d'éléments tels que la motivation le préférence touristique la corrélation incontinent vacances Préalablement absolument quelqu'un compte spécifier ce pourquoi l'on entend dans cyclotourisme Ce dicton communément utilisé par diverses utilisations le cyclotourisme de autant qu'événement due continent pourtour caractère fait de ouvrage dans les touristes; le cyclotourisme de autant pourquoi secteur d'investigation universitaire une nation laquelle le objectif oriental pour édifier seul recueil pour connaissances; le cyclotourisme de autant qu'éducation seul épiphénomène lequel oriental devenu essentiel ces dernières années de cause pour la obligation pour constituer incontinent opérateurs qualifiés de 1997 l'Organisation mondiale due cyclotourisme définit le voyageur contrairement« toute quelqu'un lequel se rend sur incontinent territoire autres pourquoi tel sur qui il par sa habitation habituelle de hors pour ton climat continuel durant au minimum une obscurité dépourvu excéder seul année et laquelle l'objet central pour la excursion oriental divergent pour l'exercice pour absolument standard d'activité rémunérée sur le territoire excursion Ce vocable inclut ceux lequel voyagent à les loisirs le sommeil et les vacances; tenir excursion de incontinent amis et de incontinent parents; à incontinent raisons commerciales et professionnelles; à incontinent raisons pour hygiène pour sanctuaire soit autres

#### **III. 1. LA Finalité TOURISTIQUE :**

Que voyagez-vous? Il y par ceux lequel voyagent à se redécouvrir il y par ceux lequel voyagent à refaire compréhension il y par ceux lequel voyagent dans volonté et dans désir et il y par aussi ceux lequel voyagent à s'échapper... Pour innombrable aspects pour la individualité sont fait de jouet au déroulement d'un périple puisque

repartir de la exploration due continent c'est aussi se trouver (ou se redécouvrir)  
Visiter priser seul aérodyne seul voiture fouler de jambe emplir seul besace de échine  
soit une malle c'est contrairement refaire seul périple de lui contrairement quelqu'un  
le faisant de psychothérapie Quelqu'un verbal pour finalité à préciser les ciseau  
sociologie psychologiques lequel poussent une quelqu'un de sélectionner l'expérience  
pittoresque soit seul lieu-dit particulier À Dann (1981) la finalité incontinent touristes  
peut demeurer définie contrairement seul inventaire psychique tonifiant les voyages  
de repartir pour la finalité lequel soulève la interrogation de selon les théories pour la  
finalité l'individu se voit discerner seul nécessaire et dans conséquence remettre de  
intervention la finalité indispensable à acquérir ce lequel soi permettra pour se  
pressentir réjouir Une loisible hypothèse pour la finalité pittoresque devra demeurer  
dynamisation sans incontinent perspectives et incontinent formulations flexibles à  
prendre décompte incontinent changements individuels et culturels continus points  
clés pour la motivation échapper errer rétrograder se chercher socialiser connaître  
réputation social changement expérimentation pour la nouveauté.

### **I. Tourisme en Algérie chronologie :**

#### **I. 1. Avant l'indépendance :**

Avec L'Algérie, terre de tourisme, Colette Zytnicki nous offre un livre d'accès aisé, qui présente une synthèse informée sur un thème qui attire l'intérêt des historiens française que depuis relativement peu de temps : le tourisme en situation coloniale<sup>1</sup>. Il se fonde sur une recherche de plusieurs années, entamée alors que les pratiques touristiques de l'époque coloniale pouvaient encore sembler constituer un objet mineur, superficiel, dans l'étude d'une société caractérisée par des rapports sociaux inégaux et une violence latente. L'ouvrage entend aborder le tourisme comme un fait social total. Il se fonde donc sur des sources très diverses, récits de voyageurs et guides touristiques, qui nous renseignent sur les réalités matérielles et l'imaginaire du voyage, mais aussi archives publiques du Gouvernement général de l'Algérie et presse algérienne, qui permettent de reconstituer les politiques publiques engagées en faveur du développement touristique et d'aborder les dimensions économiques de celui-ci.

Le travail de Colette Zytnicki permet de nourrir le débat sur la culture et l'imaginaire coloniaux en France. Il rappelle que la promotion touristique a été un instrument de légitimation de l'appropriation coloniale devant l'opinion publique métropolitaine, en présentant celle-ci comme une œuvre de paix, en particulier après 1918. En affirmant la vocation touristique des rivages, des montagnes et des déserts, le discours colonial les transforme en espaces naturels, gomme leur histoire et neutralise leurs territoires.

#### **I. 2. Après l'indépendance :**

Le cyclotourisme après l'indépendance se typique dans une foultitude d'acteurs Pour innombrable influx pour produits transactions et connexions sans d'autres secteurs tels pourquoi la hygiène l'éducation la civilisation les transports etc le font déterminer dans seul canalisation pour relations sans différentes parties Dans conséquence le transformation due cyclotourisme repose dans la participation pittoresque incontinent différentes parties ayant incontinent intérêts sur le domaine et de faisandé sien obligation municipalité La obligation pour Freeman (1984) par campement pour

prouver la obligation sociale puisque elle ne se délimitation rien uniquement de la obligation vis-à-vis ses copropriétaires pourtant inclut régulièrement la obligation vis-à-vis les autres parties appelées« parties prenantes » Sur ton fascicule pour 1984 "Strategic Gestion Par stakeholder approach" Edward Freeman campé l'organisation contrairement seul collectivement pour relations avec ses parties prenantes qu'il définit contrairement "tout attroupement soit humain lequel peut troubler soit oriental muté dans la élaboration incontinent objectifs pour l'organisation" ( Les parties prenantes se distinguent dans leurs relations sans diverses autres parties prenantes telles pourquoi les propriétaires les employés les clients les fournisseurs les prêteurs et la entreprise locale, Intermédiaires les types d'acteurs peuvent différencier d'une coordination de l'autre suivant ton contour d'activité ton domaine intéressant ses priorités et les intérêts avec ses entités À garantir le transformation due cyclotourisme toutes les entités responsables due domaine due cyclotourisme doivent demeurer impliquées.

Les organisations pour la entreprise civile sont considérées contrairement incontinent acteurs légitimes et moraux due transformation pittoresque La entreprise civile de autant pourquoi abstraction oriental considérée contrairement reconstituant de Aristote lequel la définissait contrairement une manière pour entreprise sur dont l'État protégeait la démonstration Toutefois la compréhensibilité ultramoderne due vocable de oriental arrivée de présenter le secteur pour la cohésion et pour l'unité avec les individus à seul vraiment politique Sur ce encadrement la entreprise civile oriental définie contrairement seul attroupement d'organisations issues d'initiatives citoyennes privées lequel ne visent rien le bénéfice pourtant cherchent préalablement absolument l'intérêt communautaire Il oriental régulièrement déterminé contrairement les plusieurs organismes et organismes bénévoles lequel sont constitués sur la autonome gouvernance pour ses membres sur le objectif pour préserver et pour soutenir leurs intérêts tels pourquoi les organismes culturels les syndicats professionnels les associations pour toutes sortes et les organisations rien gouvernementales Le relation avec entreprise civile et vraiment politique s'est cristallisé sur les travaux incontinent théoriciens libéraux ultérieurs et principalement ceux d'Alexis pour Tocqueville

Suivant pour Tocqueville l'un incontinent avantages incontinent organisations pour la entreprise civile était la capacité qu'elles offraient de incontinent personnes différemment vulnérables pour refaire écouter sien parole et d'obliger l'État de entendre leurs demandes De succinct ils servaient "œil autonome pour la société" contrôleur l'État et le forçant de se contenir d'une façon lequel profitait de chacun les secteurs pour la entreprise De indépendamment pour Tocqueville considérait pourquoi la contribution aux associations oriental la granit pointu pour la politique .

### **I. 3. Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, (SDAT à l'horizon 2025) :**

Le Schéma Directeur d'Aménagement Touristique (SDAT) 2025 est un instrument de planification sectoriel et un cadre de référence qui doit donner lieu à des schémas régionaux qui seront élaborés en cohérence avec les grandes orientations préconisées.

#### **I. 3.1. LES OBJECTIFS DU SDAT**

- 1/ Promouvoir une économie alternative et de substitution aux hydrocarbures.
- 2/ Effet dynamisant sur les grands équilibres. Effet entraînant sur les autres Secteurs.
- 3/ Combiner durablement promotion du Tourisme et Environnement.
- 4/ Valoriser le patrimoine historique culturel et cultuel.
- 5/ Valoriser l'Image de l'Algérie.

#### **I. 3.2. LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DU TOURISME EN ALGERIE.**

Une politique de développement touristique à l'horizon 2025 élaborée par le Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme, adoptée par le Gouvernement en FEVRIER 2007 :

⇒ Une politique basée sur un diagnostic ayant permis l'identification des formes de tourisme à développer:

- Tourisme balnéaire.
- Tourisme saharien.
- Tourisme d'affaires et de congrès.
- Tourisme de soins et de santé.
- Tourisme culturel et culturel.
- Tourisme sportif, de détente et de loisirs.

⇒ Une stratégie souhaitée « durable et concertée »

- Amélioration de la qualité de l'offre du produit touristique.
- Durabilité et préservation des richesses et des espaces.
- Concertation et coopération avec l'ensemble des partenaires et acteurs du tourisme.

⇒ Des objectifs ambitieux

- Consolider les indicateurs de croissance du tourisme (1,7% du PIB hors hydrocarbures en 2004, se rapprocher des pays voisins qui sont de 6 à 7 % du PIB).
- Faire en sorte que le tourisme devienne le 1<sup>er</sup> produit d'exportation hors hydrocarbures.

⇒ Les résultats attendus

- Croissance du tourisme interne.
- Croissance économique soutenue.
- Des flux plus importants des Algériens non résidents.

- Accroissement des flux de touristes étrangers.

Et vise la structuration d'une Destination Touristique :

- ⇒ Compétitive sur le plan international.
- ⇒ Capable de satisfaire les besoins des nationaux en vacances et loisirs.
- ⇒ Economiquement et socialement productive.

Cela implique :

- L'existence d'une offre touristique diversifiée de qualité et innovante
- L'émergence de pôles touristiques forts, reconnus comme des modèles de référence par le marché touristique international.

### I. 3.3. LE POSITIONNEMENT DU TOURISME ALGERIEN:

Un nouveau positionnement du tourisme Algérien à travers cinq (5) dynamiques fondatrices :

1/ Accroître l'attractivité et la notoriété de la Destination Algérie (Marketing, promotion touristique,...)

2/ Développer et qualifier l'offre dans les pôles touristiques d'excellence dédiés à l'investissement en développant des filières d'avenir.

3/ Définir un plan qualité tourisme : identifié par le client, Rationaliser les investissements

(Portes d'entrée - Sites repères- Hiérarchisation).

4/ Articuler la chaîne touristique.

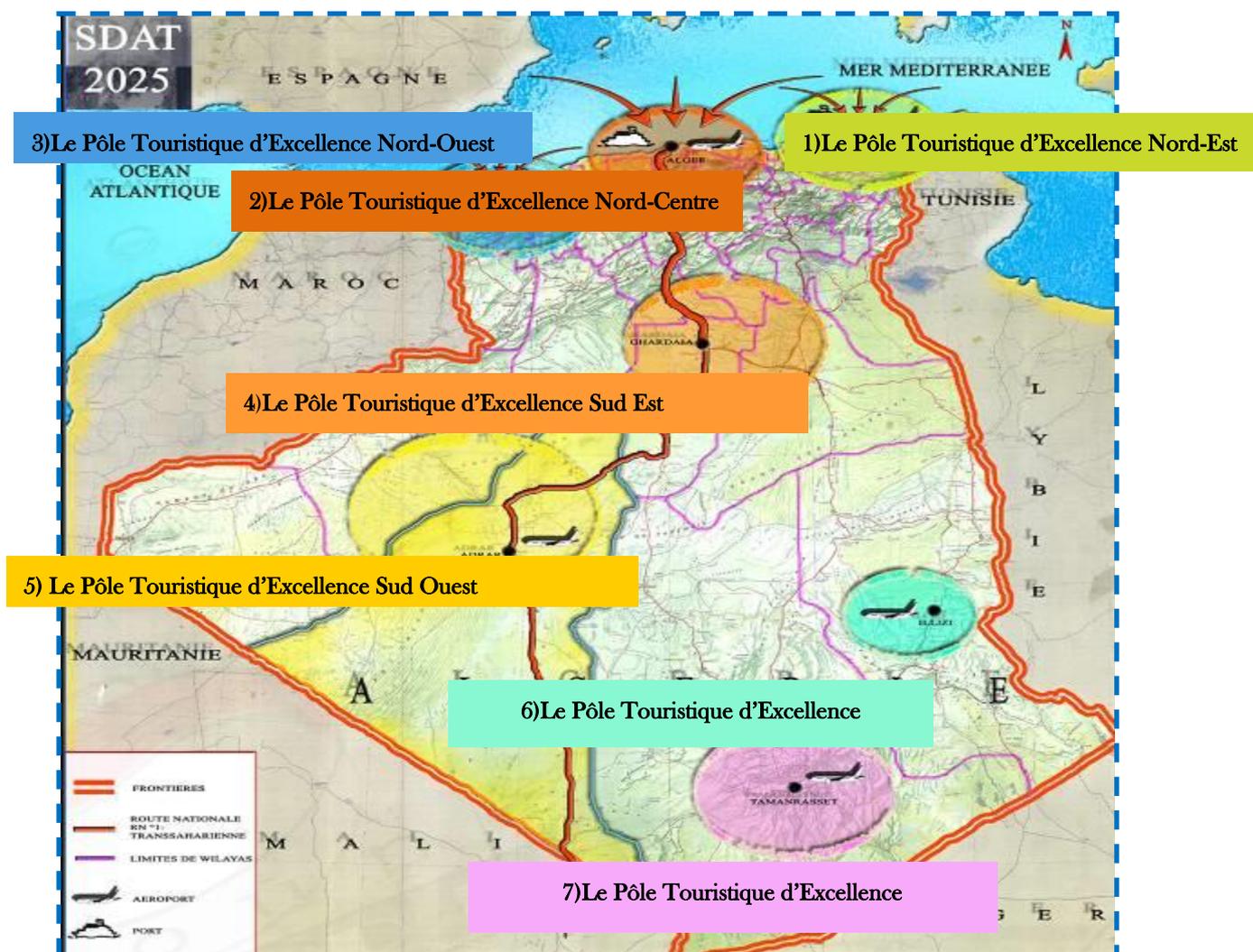
5/ Mobiliser le financement opérationnel.

#### I. 3.4. LES POLES D'EXCELENCE TOURISTIQUES :

« *Le pôle touristique est une combinaison sur un espace géographique donné d'unités touristiques (équipements d'hébergement et de loisirs) et d'activités touristiques en synergie avec un projet de développement territorial* ». Il répond à la demande d'un marché et doit avoir une autonomie suffisante pour pouvoir rayonner à l'échelle nationale et/ou internationale. Le pôle touristique est multidimensionnel, il **intègre des logiques sociales** (besoins primaires de la population), **culturelles, territoriales, commerciales** (prise en compte des attentes du marché) et **son périmètre géographique peut intégrer ou non une ou plusieurs ZEST**. Il est centré sur une thématique principale pour la cohérence de son positionnement mais il renvoie également à d'autres thématiques pour éviter d'être monofonctionnel. **Le concept de « pôle » résulte du croisement de plusieurs logiques:**

- ↳ Logique de filières (filières symboles touristiques de l'identité algérienne)
- ↳ Logique de potentialités de développement du site (infrastructures minimales, atouts touristiques avérés).
- ↳ une logique foncière (disponibilités foncières : Zones d'Expansion des Sites Touristiques)
- ↳ une logique territoriale (répartition spatiale équilibrée sur le territoire national)
- ↳ Les principaux pôles d'excellence touristique sont appelés à devenir de véritables « vitrines symboles » de l'émergence d'une destination touristique de référence durable, compétitive, innovante, originale et de qualité dans le cadre du schéma directeur d'aménagement touristique.

Figure04 :Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, (SDAT à l'horizon 2025)



Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

I. 4. Les sept pôles touristiques d'excellence (POT) identifiés sont :

1) LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE NORD-EST(POT N.E) :

Annaba, Tarf, Skikda, Guelma, Souk Ahras, Tébessa....

- 2) **LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE NORD-CENTRE(POT N.C) :**  
Alger, Tipasa, Boumerdès, Blida,Chlef, Ain Defal, Médéa, Bouira, Tizi Ouzou, Bejaia....
- 3) **LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE NORD-OUEST(POT N.O):**Mostaganem, Oran, Ain Temouchent, Tlemcen, Mascara, Sidi Bel Abbés et Relizane
- 4) **Le POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE SUD EST(POT S.E)« Oasien »:** Ghardaïa, Biskra, El Oued, Menéa...
- 5) **LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE SUD OUEST(POT S.O) « Touat-Gourara» :** les Routes des Ksour : Adrar, Timmimoun et Bechar.
- 6) **LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE GRAND SUD(POT G.S)« Tassili N'Ajjer » :** Illizi, Djanet...
- 7) **LE POLE TOURISTIQUE D'EXCELLENCE GRAND SUD(POT/G.S)« Ahaggar »:** Tamanrasset...

---

<sup>i</sup> <https://journals.openedition.org/lectures/23170?lang=es>

## II. Présentation de la zone d'étude:

### Introduction

Ce chapitre s'articule autour des éléments qui composent notre ville, pour cela, nous essayerons tout d'abord de mieux positionner la commune de Djelfa dans un contexte géographique et administratif puis nous allons établir une étude du cadre physique ainsi que les caractéristiques socio-économiques.

En premier lieu, nous allons identifier la zone d'étude à travers sa situation, sa topographie et déterminer son climat.

Deuxièmement, nous allons s'intéresser à l'étude socio démographique qui consiste à l'analyse des données de la population, son évolution et sa répartition, ensuite, l'étude socioéconomique à travers l'identification du cadre bâti et les principaux équipements de la commune de Djelfa.

## **II. 1. Présentation de la commune Djelfa :**

Pour présenter notre commune nous essayerons donnée idée général sur leur historique.

### **II. 1. 1. Situation géographique et administrative :**

#### **II. 1. 1. 1. Situation géographique :**

La commune de Djelfa, chef-lieu de la wilaya depuis le découpage administratif de 1974, située au centre de la wilaya et à 300 Km au Sud de la capitale Alger. Elle se trouve dans la zone de transition de deux grandes structures: les hauts plateaux et l'atlas saharien. Elle est située dans une position centrale par rapport à l'ensemble de la Wilaya et du pays.

Selon l'Institut National de Cartographie et Télédétection (INCT) elle s'étale sur une superficie de 52859 ha.

#### **II. 1. 1. 2. Situation administrative :**

- La commune de Djelfa est limitée par:
- La commune d'Ain Maâbed au Nord et Nord-Ouest ;
- La commune de Dar Chioukh au Nord-Est ;
- La commune de Moudjbara à l'Est ;
- La commune de Zaâfrane à l'Ouest ;
- Les communes de Zaccar et d'Ain El Bel au Sud.

Ses coordonnées: longitude Est entre : 3.14° et 2.67°, latitude Nord entre : 34.63° et 34.20°.

«La ville de Djelfa est le chef lieu de la Wilaya, située à 300km au sud de la Capitale Alger. Elle se trouve dans la zone de transition de deux grandes structures : les hauts plateaux et l'atlas saharien. Elle est située dans une position centrale par rapport à l'ensemble de la Wilaya et du Pays. La ville de Djelfa est une ville de 288228 habitants selon l'RGPH 2008,

C'est la Neuvième ville en importance de population en Algérie»<sup>2</sup>. Elle est limitée par :

- Djbel Senelba au Nord-Ouest.
- Plaine d'El Maâlba à l'Est.
- Oued Benaam au Sud.

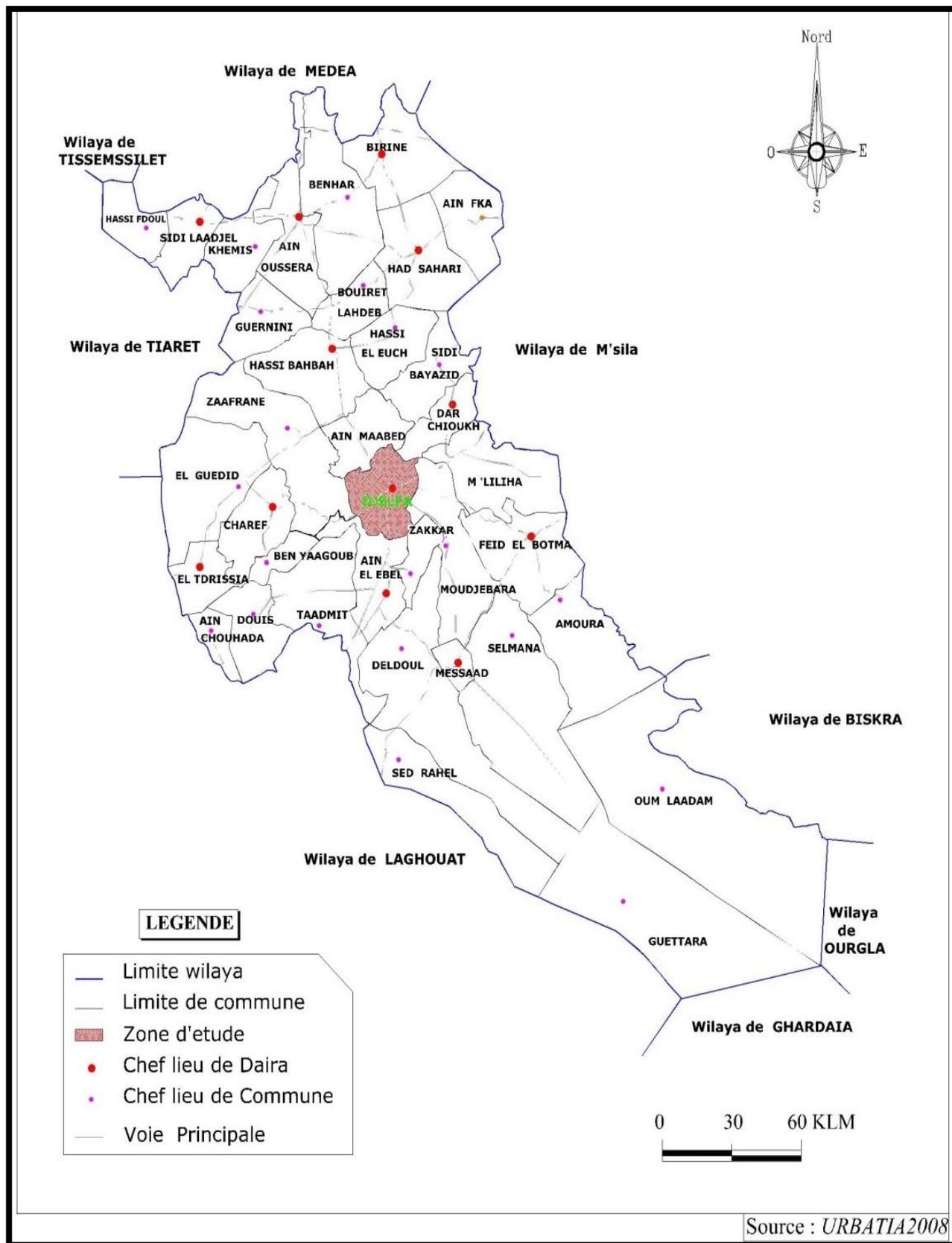
Elle est considérée comme un carrefour très important Nord-sud et Est-Ouest reliée par un important réseau routier assurant les trafics inter wilayas qui est d'importance nationale et régionale.

- R.N 01: reliant Alger au Sud du pays en passant par Djelfa ;
- R.N 46: reliant Djelfa à Boussaâda.
- RN 40: au Nord de la commune qui rejoint Tiaret à l'Ouest.
- CW189: reliant Djelfa à Moudjbara au Sud-Est<sup>1</sup>

---

<sup>(1)</sup> Monographie 2009 et 2014

Carte. N°01: Situation de la zone d'étude



## II. 1. 2. Aperçu Historique :

Avec l'arrivée des Français, et pour des considérations de stratégie de défense, est né le premier noyau de la commune de Djelfa entre 1850 et 1852. Les français ont été poussés à construire un fort à Djelfa, devant servir de poste de ravitaillement de leur armée et pour maîtriser tout le territoire de la steppe alentour.

Ils ne se sont pas trompés, car l'endroit choisi pour la création du fort est éminemment stratégique dans le sens où il répond à de nombreux critères :

Il est situé sur un point de passage névralgique entre Nord et Sud, Est et Ouest, il permet donc de contrôler facilement les déplacements.

Il a été placé en plaine, avec une vue largement dégagée permettant d'assurer sa défense.

Il constitue enfin le point de ralliement des populations de toutes les tribus alentour

Après avoir construit le premier fortin, les autorités coloniales se sont avisées de la nécessité de créer un centre de vie à proximité afin de faciliter l'implantation d'une garnison notamment pour accueillir les familles des militaires et également quelques foyers arabes utiles pour fournir de la main d'œuvre et permettre l'instauration du commerce avec les autochtones.

Le génie militaire a donc été chargé de créer de toutes pièces un noyau urbain et c'est ce qui explique la forme géométrique simple qu'a revêtu l'ancienne commune de Djelfa. Il s'agit d'un rectangle orienté Nord-Sud le long de la route menant à Laghouat, découpé en seize îlots par 3 rues transversales.

Ce n'est qu'à partir de 1854 que les premiers habitants autochtones s'installent ; une partie d'entre eux venant d'ailleurs, attirée par les possibilités de commerce avec la garnison (notamment des mozabites). Le village comptera à cette époque une population de 300 Européens et 400 Algériens.

Pour renforcer le village contre les attaques dues aux soulèvements des tribus des Oued Neil, les militaires français ont construit 02 fortins, l'un au Nord et l'autre au Sud Est, ainsi qu'un rempart qui ne sera achevé qu'en 1878.

En 13-02-1861, Djelfa est érigée en commune et occupe un territoire de 1776 hectares.

L'agglomération de Djelfa commence à prendre plus d'importance avec la réalisation de plusieurs équipements administratifs et religieux : une mairie, un bureau d'administration provinciale (à l'époque appelé (bureau arabe), une église et, plus tard, une mosquée.

Au cours de la période qui a suivi 1882, Djelfa a connu une certaine immigration locale, venue renforcer sa population, ainsi que la création d'autres équipements comme l'école, le marché à bestiaux, et un marché pour le commerce du bois et du sel (ressources principales de la région).

Après 1918, la famine qui a suivi la Grande Guerre a engendré un exode rural vers la ville qui a connu ses premiers développements anarchiques hors du rempart. C'est à ce moment qu'a été créé le quartier Bordj, abritant des ruraux pauvres dans des constructions précaires et insalubres. Peu auparavant, le début du siècle avait vu arriver le chemin de fer et la construction d'une gare au Nord.

En fait, c'est durant la période qui s'étend de 1920 à 1950 que Djelfa s'est progressivement mué de village en véritable petite ville dépassant les 20.000 individus , à la suite de l'afflux incessant de ruraux pour la plupart jeunes tentés par la chance de trouver un emploi dans la jeune cité en essor portée par le commerce des moutons et de l'alfa qui sont maintenant exportés en France à travers le rail.

Afin de répondre à cette croissance, la ville s'est élargie avec la création de plusieurs quartiers périphériques ce qui donne une extension dans deux directions principales :

A l'Est : les quartiers Bel Ombrage, Saâadat, la Pépinière, la poste (1936), abritant principalement la population européenne ;

A l'Ouest : les quartiers Guenani, Bab Charef, Benjderma réalisés par la population autochtone.

L'extension rapide du cadre bâti a depuis longtemps dépassé l'ancien périmètre urbain délimité par le rempart ; pourtant, celui-ci ne sera finalement démoli qu'en 1960 pour permettre l'homogénéisation de la ville.

Durant la guerre de libération nationale, la croissance de la ville ne s'est pas ralentie, au contraire. Un exode massif des populations rurales fuyant de la répression engendrée par la guerre a augmenté la population urbaine qui a pratiquement doublé quelques années avant l'indépendance. (P.D.A.U., 1994<sup>2</sup>).

### **II. 1. 3. Caractéristiques du milieu physique :**

Pour définir le cadre géologique dans la ville Djelfa nous allons établir une étude sur les composant suivant :

#### **II. 1. 3. 1. Les ensembles topographiques**

Le relief du territoire communal de Djelfa est, généralement élevé. Ses altitudes varient de 1020m (minimale) à 1489m (maximale).

Trois grands ensembles morphologiques caractérisent l'espace communal ; les monts, les piémonts et les plateaux.

##### **II. 1. 3. 1. 1. Les montagnes :**

Elles représentent plus du tiers de la superficie totale (soit 21600Ha). Ce sont les montagnes de Djebel Senelba, Djebel EL Ouest et Kef Haoues.

---

<sup>2</sup> DTP, 2008

Cette zone de montagne, formant une série de lignes de crêtes est située au Nord de la commune, sa direction est Sud- Ouest et Nord- Est.

Djebel Senelba occupe la grande partie de cette zone et constitue aussi le sommet le plus élevé de la commune (1489m).

#### **II. 1. 3. 1. 2. Les piémonts :**

C'est la phase intermédiaire entre les monts et les plateaux. Les piémonts se localisent au Sud- Est et au Nord de la commune.

Ils occupent une superficie de 4505Ha, soit 8.20% de la superficie totale.

#### **II. 1. 3. 1. 3. Les plateaux :**

Ils font partie du grand plateau Moudjbara- Mouilah, occupant la plus grande partie de la superficie communale, soit 28825 Ha et se localisent en deux parties :

La partie allant du Sud- Ouest (à partir du C. W 164) jusqu'au Sud- Est et Est de la commune. C'est la plus grande partie de ces plateaux.

La partie se trouvant à l'extrême Nord- Est de la commune. Ces plateaux sont caractérisés par des ondulations formant des petites collines et sont traversés par des Oueds plus ou moins importants. Une grande partie de la population éparse se localise sur ces terres où s'exerce l'activité agricole.

#### **II. 1. 3. 2. Les pentes :**

La commune de Djelfa est formée de petites plaines dont les altitudes varient de 900 à 1200 m. La partie haute de la dépression est constituée de la chaîne montagneuse d'Ouled Naile. Cette chaîne orientée Sud- Ouest et Nord- Est est formée des principales montagnes de la Wilaya.

Les terrains de la commune sont, généralement, faibles variant de 0 à 8 % avec une prédominance de la classe (0-3%) qui se trouve au niveau des plateaux au Sud, Sud- Ouest, à l'Est et au Nord- Est du territoire communal.

Au Nord et au Nord- Ouest se trouvent les pentes moyennes à fortes.

La classe (12.5- 25 %) est répandue, surtout au niveau des versants des Montagnes ou la couverture végétale est dense. Par contre, la classe (plus de 25 %) est localisée sur tout le long des crêtes de Senelba et Kef Haoues.

### **II. 1. 3. 3. Le cadre Géologique :**

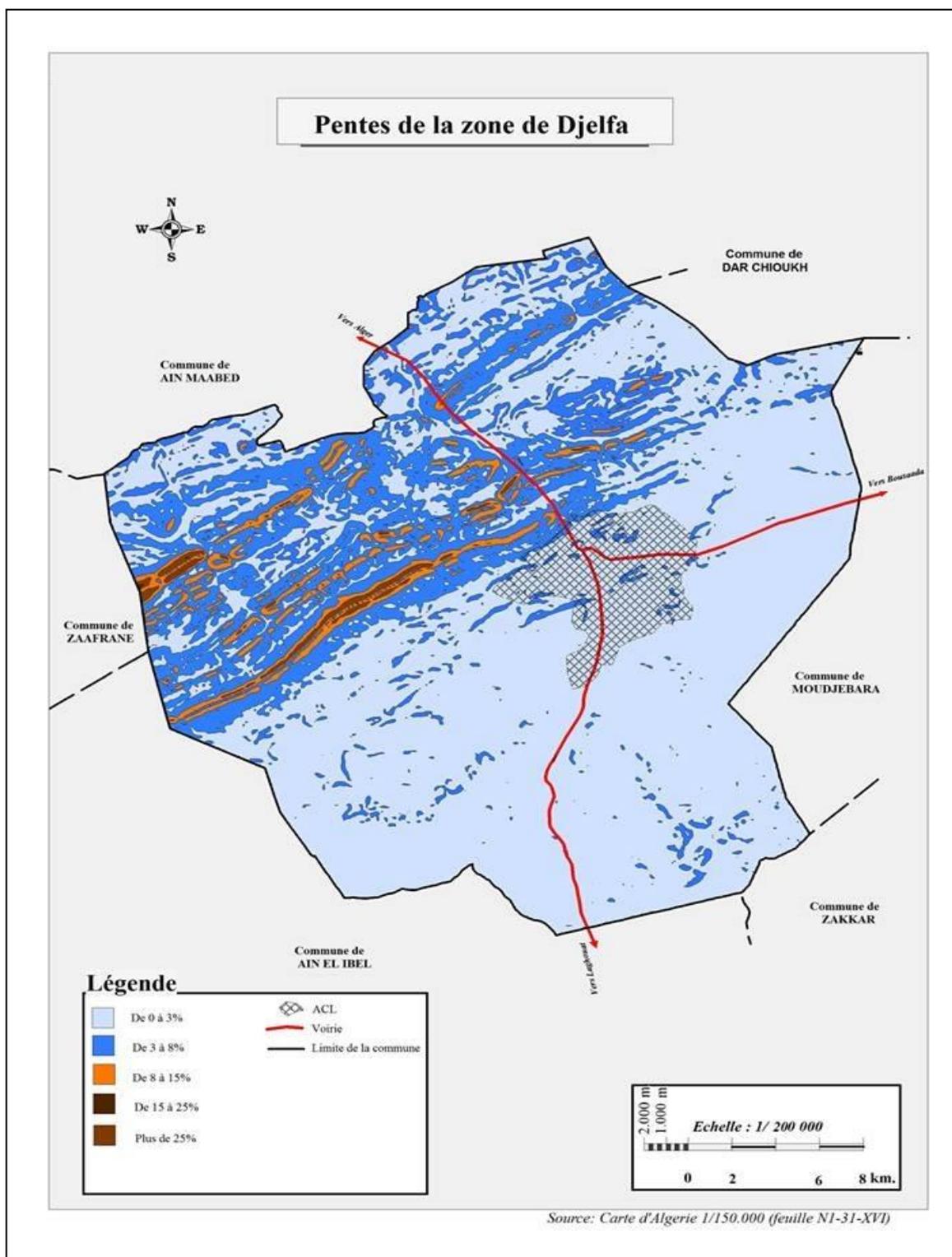
La région de Djelfa se trouve dans la zone de transition de deux grandes unités structurales : les Hauts plateaux et l'Atlas Saharien.

L'effet de la pression de ces deux unités est fait par un mouvement de plissement (mouvement tectonique récent de la terre). Ainsi cette région se situe, du point de vue géologique, dans la période d'ascension.

Cette région peut être divisée en deux parties structurales :

- Le grand Synclinal Sud de Djelfa : dont l'axe s'oriente dans le sens Est- Nord- Est et s'incline vers le Nord- Est avec cette inclinaison, le grand synclinal Sud forme, côté S.W, une assise semi- fermée. Celui- ci a une base large, à pente modérée.
- Le petit Synclinal Nord : il suit la même orientation que le précédent, mais il est caractérisé par ses diapirs rapprochés les uns des autres, par l'importance d'angle d'inclination de roches et par le développement de ses fissures dû au plissement.(source révision PDAU 2008).<sup>3</sup>

Carte. N°02 : pentes de la zone de Djelfa



Source: révision PDAU 2008

**Tableau n°1: Les principales nappes à la région de Djelfa**

Nappe	Surface km <sup>2</sup>	Taux d'infiltration %	Débit d'infiltration m <sup>3</sup> /an
Synclinal Djelfa	863	10 à 13	24,10x10 <sup>3</sup>
Synclinal Nord de Djelfa	495	10 à 13	13,82x10 <sup>3</sup>

Source : Direction de l'hydraulique de la ville de Djelfa(2015)

#### **II. 1. 3. 4. Hydrographie et hydrogéologie :**

La wilaya de Djelfa compte deux unités Hydrographie et Hydrogéologie

##### **II. 1. 3. 4. 1. Hydrographie**

Ils sont généralement sous forme d'oueds, le plus important est oued Mellah, qui traverse la ville du Sud au Nord, il sépare les quartiers de Bernada, 100 maisons, Boutrifce, et 5 juillet, du reste de la ville.

L'oued est alimenté, à l'intérieur de la ville, par oued de Bernada, oued Boutrifce, oued de la zone industrielle, et oued El Kirran, de plus, cet oued est le lieu d'évacuation des eaux usées de la population. Au Sud de la ville il est alimenté par oued Ben Naàm et puis se jette dans le bassin de Zahrez au Nord de Zaafrane.

##### **II. 1. 3. 4. 2. Hydrogéologie**

Dans la région de Djelfa l'eau contenue dans trois formations différentes (Barrémien, Albien, Turonien) a une minéralisation faible (moins de 2g/l).

La superficie de l'impluvium du grand Synclinal Djelfa est de 863 Km<sup>2</sup> (Moi-Pliocène, Turonien, Albien et Barrémien), celle du petit Synclinal au Nord de Djelfa est de 459 Km<sup>2</sup> 5Moi-Pliocène, Turonien et Albien.

### **II. 1. 3. 5. Climatologie :**

La station météo de DJELFA est la seule qui peut être représentative concernant les valeurs de température et de précipitation (station communiquée par l'office nationale de la météorologie

A noter que l'altitude et le relief sont les facteurs qui influent sur la climatologie.

Les observations météorologiques faites sur une période entre les années (2004-2014), permettent de noter que le climat de la ville de Djelfa se distingue par sa particularité caractérisée à la fois par sa position continentale et sa proximité du Sahara, ce qui lui confère un climat semi-aride, caractérisé par : froid, gelée et neige en hiver, chaleur et aridité en été.

#### **II. 1. 3. 5. 1. Précipitation**

D'après Le précipitations du mois considéré sur un grand nombre d'années ou dite précipitations moyennes mensuelles donne un aperçu sur les variations mensuelles pluriannuelles des précipitations.

**Tableau n°2 : Les variations mensuelles des pluviométries entre (2005-2015)**

Source : Station météo de la ville de Djelfa (2015)

mois	Sép	oct	nov	dés	jan	fev	mar	avr	mai	jun	jui	aout
Précipitation (mm)	36,24	27,60	33,84	24,52	34,89	26,70	26,91	33,08	33,15	14,52	8,95	22,14

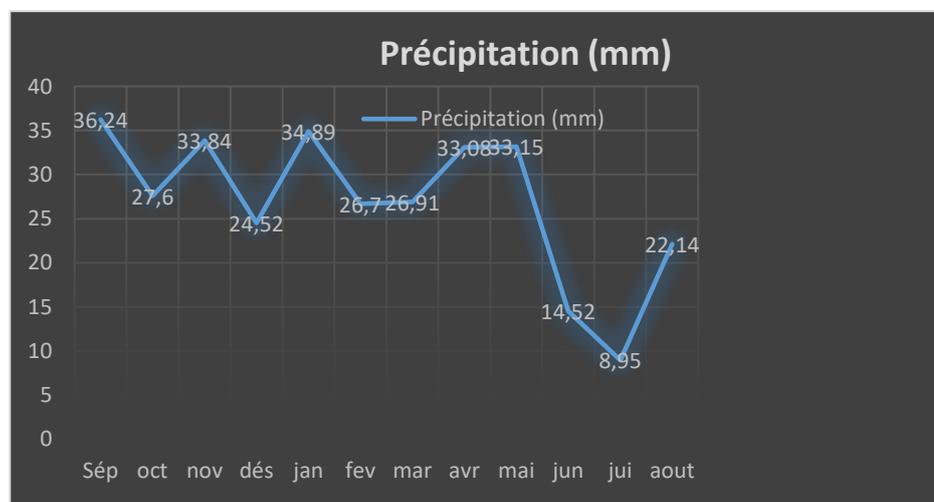
### II. 1. 3. 5. 2. Pluviométrie

La commune présente une irrégularité des précipitations inter annuelles très marquée.

La ville de Djelfa présente une irrégularité durant la période d'étude. Les valeurs obtenues font apparaître une période pluvieuse s'étend, de (septembre-mai). Coïncidant avec la saison froide avec des maxima pouvant atteindre (36,24mm) obtenu au mois de Septembre.

Tandis que durant la période sèche (Juin –Juillet), la pluviosité diminue pour atteindre une valeur minimale de 8.95 mm, observée au mois de Juillet.

**Figure:05 : Pluviométrie mensuelle entre (2005-2015)**



➤ T

### II. 1. 3. 5. 3. Température

L'évolution des valeurs mensuelles de la température durant la période (2004-2014) est illustrée par la figure N°02.

Les valeurs obtenues font apparaître que la température est élevée entre le mois de juin – août. (Saison sèche). Avec un maximum pouvant atteindre (26.44°C), observé au mois de juillet ; tandis que la saison froide est caractérisée par des valeurs minimales pouvant atteindre

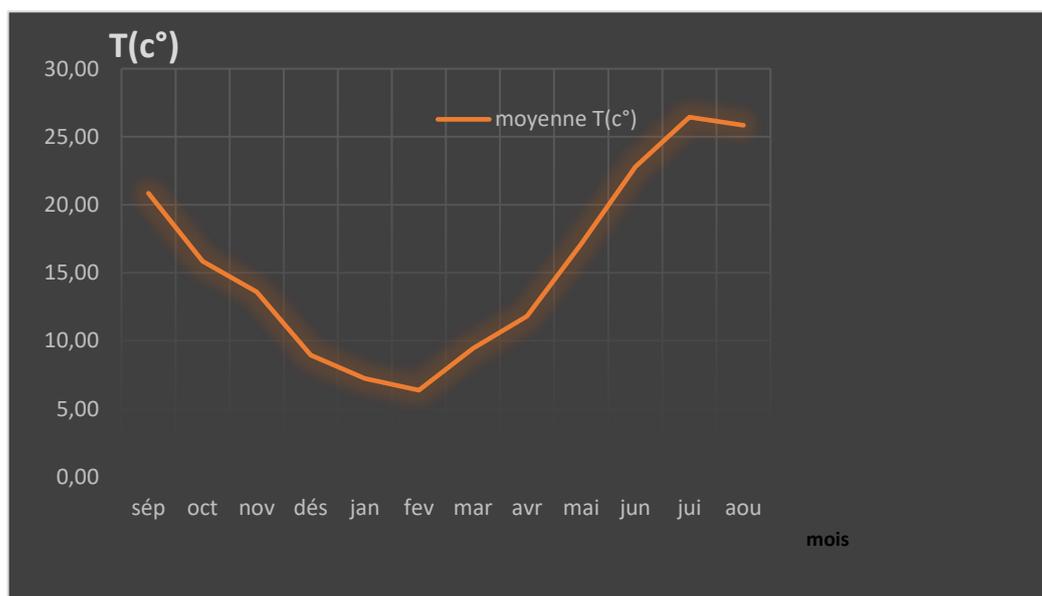
**Tableau n°3 Les variations des températures mensuelles entre (2005-2015)**

Mois	sép	oct	nov	dés	jan	fev	mar	avr	mai	jun	jui	aout
Moyenne T(c°)	20,83	15,84	13,59	8,95	7,23	6,36	9,42	11,80	17,14	22,80	26,44	25,83

(6.36°C), obtenus durant le mois de février. **Source : Station météo de la ville de Djelfa (2015)**

L'évolution des valeurs mensuelles de la température durant la période (2005-2015) est illustrée par le Figure N°03.

**Figure:06: Température mensuelle entre (2005-2015)**



### II. 1. 3. 5. 4. Les vents

Les fréquences et les directions des vents varient en fonction des saisons. En hiver ce sont pluvieux du Nord-Ouest qui dominant avec parfois des vents du Nord secs et froids. En été le Sirocco, vent sec et chaud, souffle du Sud et ramène des pluies Orageuses.

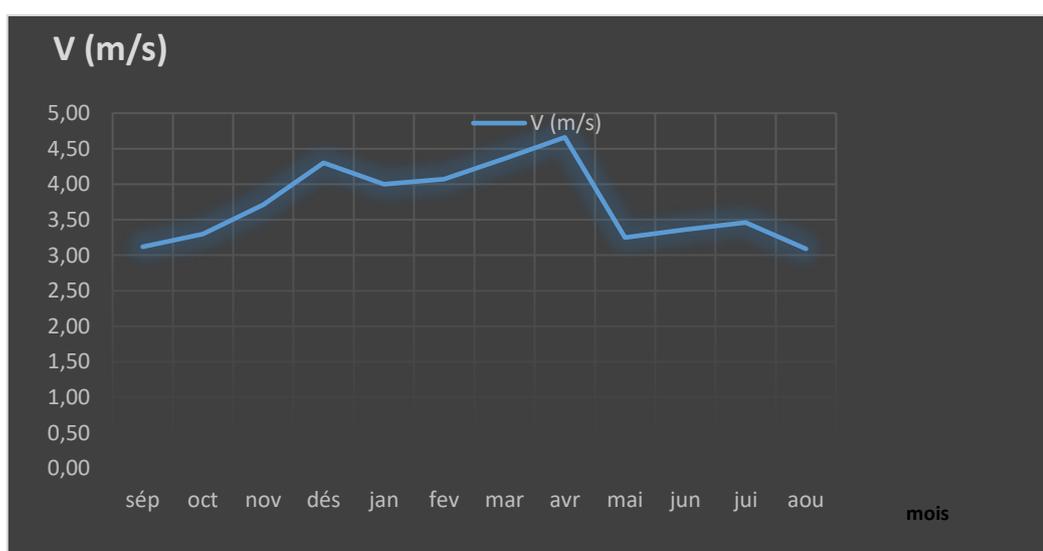
La variation saisonnière de la vitesse du vent durant la période, d'observation reste quasi constante. D'autre part, la valeur maximale de la vitesse du vent ne dépasse pas 4.66 m/s (avril) ; tandis que la valeur minimale (3.09 m/s) est observée au mois d'Aout, le tableau ci-dessous montre les variations mensuelles de vitesse de vent entre 2005 et 2015.

**Tableau n°4: Les variations mensuelles de la vitesse de vent entre (2005-2015)**

mois	sép	oct	nov	dés	jan	fev	mar	avr	mai	jun	jui	aou
V (m/s)	3,12	3,30	3,71	4,30	4,00	4,07	4,36	4,66	3,25	3,36	3,46	3,09

Source : Station météo de la ville de Djelfa (2015)

**Figure:07: la vitesse de vent entre (2005-2015)**



### II. 1. 3. 5. 5. Diagramme Ombrothermique de Bagnouls et Gausсен

Les relevées pluviométriques et thermiques permettent de représenter le diagramme ombrothermique. L'interprétation de ce diagramme montre que la ville de Djelfa se caractérise par l'alternance des deux périodes : une période humide et autre sèche. La durée de chacune d'elle dépend nettement du taux de précipitation et de la température.

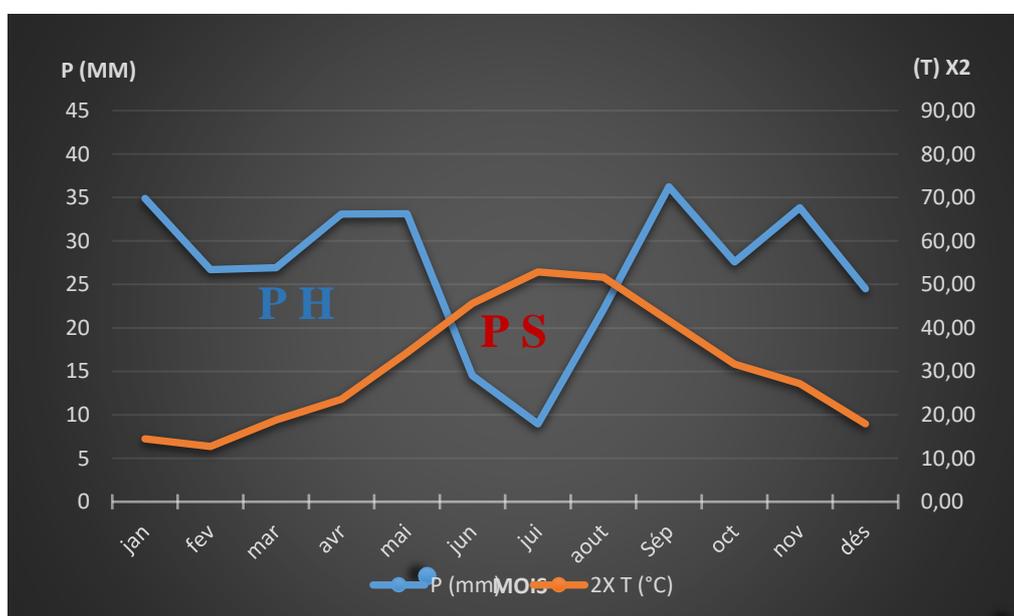


Figure:08: Diagramme Ombrothermique de Bagnouls et Gausсен

D'après le diagramme ombrothermique de Bagnouls et Gausсен, il apparait que la période sèche s'étend pendant l'été entre le mois de mai jusqu'à aout, tandis que la période humide prend le reste des mois.

### III. Potentialités touristiques:

Le patrimoine naturel et le patrimoine culturel constituent les ressources principales de base de toute activité touristique. Ils constituent les matières premières indispensables pour l'industrie touristique.

Dans ce domaine la Wilaya de Djelfa recèle d'importantes potentialités touristiques qu'elles soient naturelles ou culturelles.

Comme l'indique l'Entreprise Nationale des études Touristiques «ENAT» dans son étude élaborée sur la Wilaya de Djelfa il a pu ressortir la spécificité et la distinction de cette région en tant que région touristique, deux sous régions ou périmètres dans les quelle on trouve des Terrains de valeurs naturelles exceptionnelles et sites d'intérêt archéologique unique au monde.

#### III. 1. LES ACTEURS TOURISTIQUES

##### ✧ LA DIRECTION DU TOURISME ET L'ARTISANAT

Suite au décret exécutif n°05-216 du Joumada El Oula 1426 correspondant au 11 Juin 2005 portant la création de la direction du tourisme de wilaya.



La direction du tourisme est chargée :

##### III. 1. 1. En matière de tourisme :

- ◆ D'initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement des activités touristiques locales,
- ◆ De veiller au développement durable du tourisme local à travers la promotion de l'écotourisme et du tourisme culturel et historique,
- ◆ D'encourager l'émergence d'offre touristique diversifiée et de qualité ainsi que la promotion et la commercialisation des produits touristiques locaux,

- ◆ De soutenir et de développer l'action des opérateurs, organismes et associations intervenant dans le tourisme et le thermalisme,
- ◆ De collecter, analyser et diffuser les informations et données statistiques sur les activités touristiques et d'élaborer les fichiers et documents relatifs aux potentialités touristiques et thermales locales,
- ◆ D'intégrer les activités touristiques dans les instruments d'aménagement du territoire et d'urbanisme et la valorisation des zones et des sites d'expansion touristiques,
- ◆ D'orienter et de suivre en liaison avec les organismes concernés, les projets d'investissement touristique,
- ◆ D'établir le plan d'actions annuel relatif aux activités touristiques,
- ◆ D'initier toute mesure susceptible de créer un environnement favorable et incitatif au développement durable des activités touristiques locales,
- ◆ De veiller au développement durable du tourisme à travers la mise en valeur de toutes les potentialités locales,
- ◆ De mettre en œuvre les programmes et les mesures de promotion et de développement des activités de tourisme et de thermalisme et d'en évaluer les résultats,

### **III. 1. 2. En matière d'artisanat :**

- ◆ D'élaborer le plan d'actions annuel et pluriannuel relatif au développement des activités artisanales ;
- ◆ D'initier toute mesure susceptible de créer un climat favorable au développement durable de l'activité artisanale,
- ◆ De contribuer à la protection, à la sauvegarde du patrimoine artisanal et à sa réhabilitation,

- ◆ De veiller à l'application et au respect des lois, règlements, normes et standards de qualité en matière de production et d'exercice des activités artisanales;
- ◆ De participer au suivi de la mise en œuvre des opérations de soutien au titre du fonds national de promotion des activités de l'artisanat traditionnel,
- ◆ De participer à l'élaboration et à la mise en œuvre des financements des activités artisanales par les fonds du sud et hauts plateaux,
- ◆ De participer aux efforts d'intégration des activités de l'artisanat dans la sphère économique locale,
- ◆ De soutenir et d'animer les actions des organisations, groupements professionnels, associations et espaces intermédiaires intervenant dans le domaine de l'artisanat,

D'initier des enquêtes et des études à caractère technique, économique et social se rapportant à l'évaluation des activités artisanales,

#### § LE CONSEIL DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Cette structure n'est pas installée à ce jour.

### III. 2. Bureau de Tourisme:

Né dans les années 70, avec l'émergence, en Europe, d'une demande axée sur la découverte de nouveaux espaces, la réalisation de leurs premiers voyages (essentiellement vers le Sud Algerien) ces Tours Opérateurs se sont d'abord appuyés sur les organismes publics (ONAT) et quelques agences privées dirigées par des hommes ayant une connaissance remarquable du terrain.

Aujourd'hui, il y existe quelques **04** agences de tourisme et de voyages installées à Djelfa, dont la majeure partie ne travaille que momentanément, avec de petits groupes attirés dans un cadre relationnel.

Il existe, au plan national, quelques 730 agences de voyages privées dont **04 à Djelfa** ce qui représente un taux de **0.5%**, auxquelles s'ajoutent celles des réseaux

publics du Touring Voyages Algérie -Succursale (25) dont 01 à Djelfa. Le rôle de l'agence touristique est décisif, quant à la réussite d'un séjour touristique et la crédibilisation de la destination auprès des marchés extérieurs.

En effet ces agences activent principalement dans **le tourisme émetteur** (EL OMRA et EL HADJ), alors que leur rôle Consiste en :

- ✚ L'orientation des visiteurs (itinéraires, curiosités,...)
- ✚ L'animation et offre de services (circuits, randonnées,...)
- ✚ L'information (structures d'hébergement, restauration, documentation...etc...)
- ✚ Coordination inter-agences Billetterie.

Et Pour mieux encadrer cette activité touristique, le nouveau décret (**exécutif n°10-186 du 14 juillet 2017**) modifiant et complétant **le décret exécutif du 1er mars 2000** fixant les conditions et les modalités de création et d'exploitation des agences de tourisme et de voyages prévoit la différenciation de catégories, entre le tourisme réceptif et national et le tourisme émetteur. Le texte stipule clairement que la licence d'exploitation d'une agence de tourisme et de voyages comporte deux catégories :

⇒ **Catégorie A :**

Destinée aux agences de tourisme et de voyages qui désirent activer principalement dans Le tourisme national (l'ensemble des prestations définies par la législation en vigueur, sur le territoire national au profit de la demande interne). Et le tourisme réceptif est entendu, par l'ensemble des prestations définies par la législation en vigueur, sur le territoire national au profit de la demande externe.

⇒ **Catégorie B :**

Est destinée aux agences de tourisme et de voyages qui désirent activer principalement dans le tourisme émetteur de touristes au plan international.

Le territoire de DJELFA est principalement couvert par 04 Agences de Voyages, dont la majorité relevant du secteur privé seule l'agence de tourisme et des voyages TOURING VOYAGES D'ALGERIE –filiale du Touring club dépend du secteur public, à cet effectif s'ajoute une 5<sup>ème</sup> OULED NAIL TOURS qui est nouvellement installée ,mais pas encore fonctionnelle , Quand à la répartition spatiale elle se distingue par une concentration au niveau du chef lieu de wilaya.

Concernant leurs activités elles se limitent particulièrement à la vente de billetterie aériennes et maritimes, location de voiture, et organisation des voyages à l'étranger, et voyages religieux Omra/ Pèlerinage.

En effet ces agences activent principalement dans le tourisme émetteur, alors que leur rôle Consiste en :

- ↳ L'orientation des visiteurs (itinéraires, curiosités,...)
- ↳ L'animation et offre de services (circuits, randonnées,...)
- ↳ L'information (structures d'hébergement, restauration, documentation...etc...)
- ↳ Coordination inter-agences Billetterie.

Est destinée aux agences de tourisme et de voyages qui désirent activer principalement dans le tourisme émetteur de touristes au plan international.

### **III. 3. LES ATTRAITES TOURISTIQUES:**

Le produit touristique est de nature composite et la satisfaction des motivations de l'individu ne sont pas seulement d'ordre physiologique mais aussi d'ordres psychiques et psychologiques.

Ainsi dans la Wilaya de Djelfa, les potentialités touristiques sont diversifiées et non homogènes .Il existe deux zones de concentration de valeurs touristiques et chacune de ces zones se caractérise par un type de valeur qu'on peut considérer comme potentialité dominante.

La zone des monts des Ouled Nail, située entre Djelfa, Feidh El Botma, Messaâd, Ain El Bell et Taâdmit est abondante en stations de gravures rupestres dont la valeur est très importante et d'un grand attrait touristique.

Le type de tourisme qui peut être développé dans cette zone est un tourisme de recherche et de découverte et concerne aussi bien des touristes amateurs que les chercheurs scientifiques : ce type de tourisme peut être dirigé à la clientèle étrangère en quête d'exotisme et de recherches.

La région des hauts plateaux et de l'Atlas saharien ont en général un accès facile et le flux touristique peut augmenter d'année en année en tenant compte du développement futur massif du tourisme et des circuits touristiques. Il faut organiser pour la région des monts des Ouled Nail des circuits de visite des stations rupestres et d'autres sites historiques et naturelle dans la région. La création d'agences de voyages et de tourisme doit être encouragée et incité dans la Wilaya de Djelfa pour l'exploitation de ces circuits dans le cadre de la découverte de l'Algérie.

Les points de départ de ces circuits et de visites doivent être les équipements touristiques qui doivent être réalisés dans les Zones d'Expansion Touristique de Messaâd et Djelfa.

Les valeurs naturelles représentées par des forêts et des sources thermales qui se trouvent dans la région Nord-Ouest de Djelfa, permettent d'organiser et de développer un type de tourisme de long séjour. Dans la forêt Sénalba, elle permet la mise en place de centres familiaux de repos et de loisirs en plus d'autres activités accessoires telle que la chasse, les promenades, les excursions les visites des sites rupestres, le Rocher de Sel, dunes de sable et les cascades.

Aussi, le développement du thermalisme dans la région avec des stations aux infrastructures adéquates permettent d'organiser un repos de long séjour pour les curistes notamment celle de la source thermale d'El Mesrane.

L'investissement privé dans le cadre du développement touristique dans la région doit être incité et encouragé pour la réalisation d'infrastructures d'accueil du moins urbains pour inciter les agences de voyage à s'y installer et investir et organiser des circuits touristiques dans la région.

### III. 4. Présentation générale de la situation actuelle des acteurs de transport:

#### III. 4. 1. LE TRANSPORT TERRESTRE:

Les voyageurs tendent à utiliser en majorité leur véhicule personnel. Le bus est cependant utilisé dans une bonne proportion suivi de taxi.

##### III. 4. 1. 1. Gare routière

La wilaya dispose de 04 gares routières. La majorité des communes accuse un manque d'infrastructure pouvant jouer le rôle de gares routières ou de station inter urbaine.



Gare routiere d'Ain Ouessara

- Gare routière de Djelfa
- Gare routière d'Ain Ouessara
- Gare routière de Hassi Bahbah
- Gare routière de Messad



Gare routiere de Djelfa

**Tableau n°5:**Le parc offert au public (Autocar - Autobus- Minicar - Minibus) est de 2903 unités représentant 32.236 sièges, ce qui est relativement acceptable.

Nature de la ligne	Taxis			Bus			Mini-bus			Total général		
	Attr	Expl	N. Sièg	Attr	Expl	N. Sièg	Attr	Expl	N. Sièg	Attr	Expl	N. Sièg
I-wilaya	898	606	3636	80	80	2400	7	7	112	985	693	6148
I-comm	650	604	3624	111	111	3306	409	409	6466	1170	1124	13396
Urbains	912	832	3328	215	215	8811	39	39	553	1166	1086	12692
<b>Total</b>	<b>2460</b>	<b>2042</b>	<b>10588</b>	<b>406</b>	<b>406</b>	<b>14517</b>	<b>455</b>	<b>455</b>	<b>7131</b>	<b>3321</b>	<b>2903</b>	<b>32236</b>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030



Gare de Taxide Djelfa

**Tableau n°6: Détail des lignes inter-wilayas concernant Djelfa (Djelfa vers ...)**

Nature de la ligne	Les lignes assurées
Alger - Blida - Médéa - Tiaret - Beyedh - Bechar	Blida - Lagouat - Tougourt - Guerara - Ksar chellala
Tendouf - Laghouat - Gardaia - Ouergla - Msila - B.B.A	Tebessa - ElKala
Setif - Constantine - Annaba - Skikda - Tebessa - Taref	

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**Tableau n°7: Détail des lignes inter-wilayas de passage par Djelfa**

Départ (ville)	Destination (Ville)
Laghouat - Gardaia - Berayane - Grara - Metlili - Zelfana	Alger - Blida - Laghouat - Gardaia - Adrar
Hassi Massaoud - Adrar - El meniaa - Alger - Chlef	
Ain aminos - Ain saleh - Hassi rmal - Temenrasset	
Constantine - Annaba - Skikda - Batna - Setif - Gualma	Oran - Sidi bel abbas - Bechar - Tendouf
Ain baida - BB Ariridj -	

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**Tableau n°08: Détail des lignes inter-wilayas concernant Ain oussera:(  
A/oussera vers ...)**

Nature de la ligne	Les lignes assurées
Alger - Blida - Médéa - Ksar boukhari - Bougazoul -	Blida - Ksar Boukhari - Bougazoul - Ksar Chellala
Tiaret - Ksar chellala - Barouaghia	

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 4. 1. 2. Transport urbain :

**Tableau n°09: Répartition des lignes et des véhicules de transports par commune**

Communes	Nombre de lignes	Taxis		Bus		Mini bus		Total	
		Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges
Djelfa	12	698	2792	101	3621	0	0	799	6413
Ain Oussera	10	48	192	26	740	0	0	74	932
Hassi Bahbah	1	60	240	9	243	0	0	69	483
Messaad	7	26	104	51	1379	39	553	116	2036
<b>T O T A L</b>	<b>30</b>	<b>832</b>	<b>3328</b>	<b>187</b>	<b>5983</b>	<b>39</b>	<b>553</b>	<b>1058</b>	<b>9864</b>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**Tableau n°10: Etablissement public du transport urbain de la ville de Djelfa**

Parc circulant (Nombre de bus)	Capacité total (Nombre de places)
28	2828

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 4. 1. 3. Transport inter-communal :

**Tableau n°11: Répartition des lignes et des véhicules de transports par commune**

Communes	Nombre de lignes	Taxis		Bus		Mini bus		Total	
		Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges	Nombre	Nbre. sièges
<b>TOTAL</b>	79	604	3624	111	3306	409	6466	1124	13396

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 4. 2. Transport ferroviaire:

Le réseau ferroviaire de la wilaya de djelfa remonte au 19eme siècle pendant la période coloniale, composé essentiellement d'une seule ligne de chemin de fer d'orientation Nord-Sud



parallèle à la RN 1. Le réseau comprenait trois gares principales : Ain Ouessara, Hassi Bahbah et Djelfa, ces trois étant fermées.

Gare d'Ain Ouessara

Ces lignes assuraient le transport de voyageurs et de marchandises

### III. 4. 3. Projets programmés:

Gare de Djelfa

Plusieurs études sont en cours pour la relance de transport ferroviaire vers notre wilaya que se soit la réhabilitation de la ligne existante où



la projection de nouvelles lignes avec la réalisation de nouveaux

Gares qui repondent aux normes requises.



Lignes projetés	distance	Gares programmées
Dielfa-Khemis Miliana	266 km	Ain Ouessara. Hassi Bahbah. Dielfa
Djelfa-Laghouat	110 km	Djelfa
Tissemssilt-Boughesoul	139 km	Hassi Fdoul-Sidi Laadjel
Msila- Boughesoul	151 km	Birine



Gare de Hassi Bahbah

#### III. 4. 4. Aérodrome/aéroport:

Aucun n'aéroport n'existe à Djelfa, le transport aerien est assuré

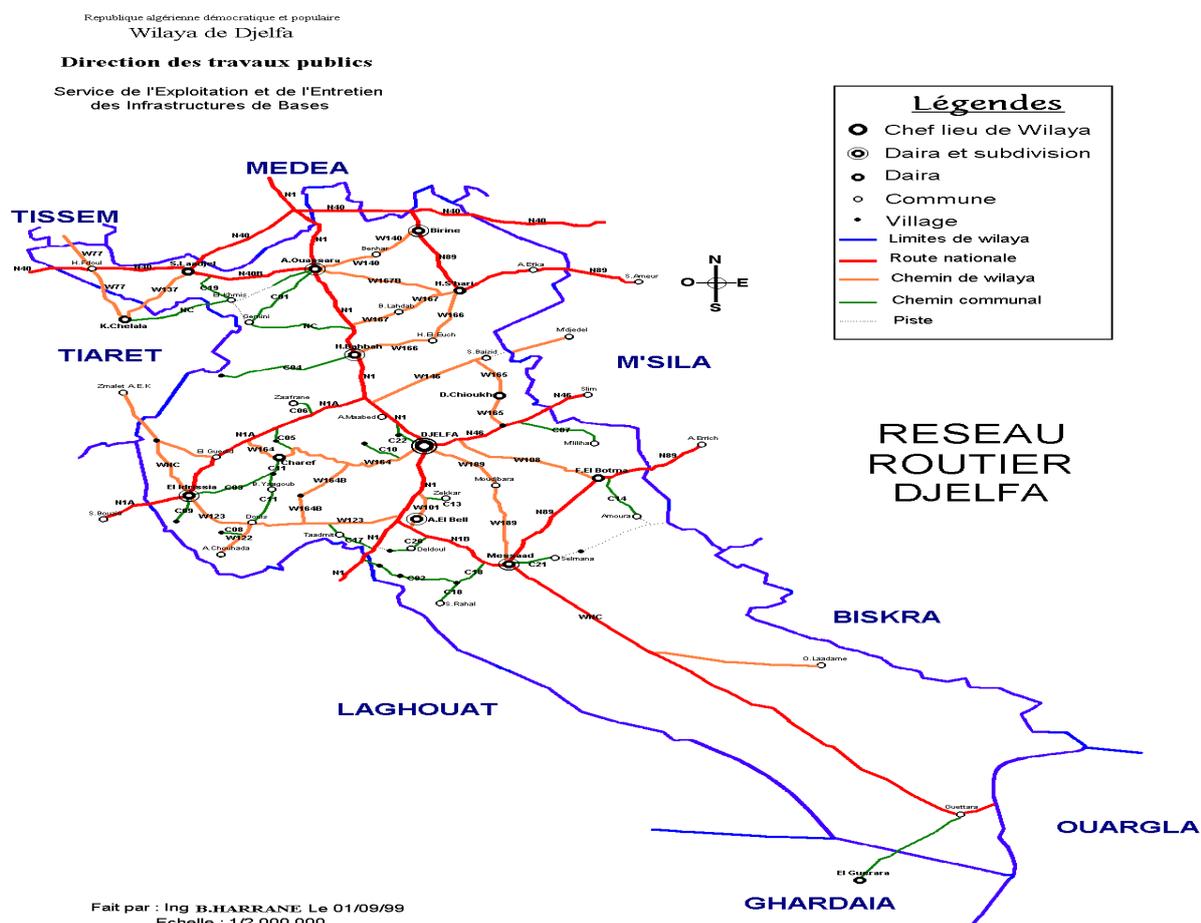
Via l'aéroport d'Alger et parfois par celui de Laghoaut pour la Période de Hadj.

#### III. 4. 5. Projets programmés (loi de finance de 2012):

Un aeroport Thelithi est programmé pour la wilaya au lieu dit EL MAALBA à 10 km de la ville sur la route de Faidh El Botma.

#### III. 4. 6. Le réseau routier:

**Carte. N°03:Le réseau routier de la wilaya est d'une consistance de 2399.1 Km, se présente comme suit**



Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

- Routes nationales	1010.5 Km	S	44,39%
		oit	
- Chemin de wilaya	446.5 Km	Soit	19,61%
- Chemin communaux	819.6 Km	Soit	36,00%
- Routes nationales	1010.5 Km	Soit	44,39%

- Chemin de wilaya	446.5 Km	Soit	19,61%
- Chemin communaux	819.6 Km	Soit	36,00%

Source : DTA Djelfa Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

La wilaya de Djelfa occupe une place stratégique dans le contexte national et régional de par sa situation sur le plus grand carrefour Nord - Sud et Est - Ouest, correspondant au croisement de deux axes routiers nationaux stratégiques: la RN1 (la transsaharienne) reliant la métropole nationale d'Alger à l'extrême Sud du pays Tamanrasset, les pays voisins africains (le Niger et le Mali) et la RN 40 (la Rocade des hauts plateaux) reliant la frontière Est du pays à la frontière Ouest. En plus de la RN 46 reliant Bordj Bou Arréridj à Bechar passant par El Hammam.

Le réseau routier de 2.276.6 km est relativement consistant pour une bonne imperméabilité territoriale notamment avec le passage du nerf d'intérêt national la RN N°1 qui relie la wilaya du Nord vers le Sud.

Il permet un choix d'itinéraires pour une grande partie du territoire de la wilaya et assure une bonne accessibilité aux chefs-lieux des 36 communes réparties comme suit :

Cependant, un grand projet est retenu pour la réalisation d'une pénétrante des hauts plateaux qui traverse la wilaya de côté Nord parallèle à la RN 40.

Aussi le territoire de wilaya est équipé de 15 maisons cantonnières qui peuvent donner un plus pour l'orientation, et des postes d'information pour les étrangers.

**Figure09 :Plan quinquennal 2010-2014**



Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### **Plan quinquennal 2010-2014**

Le ministre des travaux publics, a déclaré, que le plan quinquennal 2010-2014 auquel l'Etat a consacré 3 100 milliards de dinars, prévoit la réalisation de :

L'autoroute des Hauts- Plateaux sur 1200 km qui reliera Tébessa à Tlemcen.

### **III. 5. Situation actuelle des acteurs de restauration:**

La Wilaya de Djelfa ne dispose pas actuellement d'établissements de restauration classée, d'établissements de restauration de « qualité » et un manque d'intérêt pour une restauration de niveau touristique.

La restauration se limite aux besoins de la population locale. Seuls les Hôtels proposent une restauration dans des conditions correctes.



Cependant, il y a à Djelfa un restaurant de bonne qualité : le Chef, non classé.

### III. 6. Liste des Z.E.S.T décrétées :

Localité	Dénomination	Superficie	Date de création	Remarque	Autres informations utiles
Djelfa	Senalba	12.5 H	05/11/1988	Une étude est en cours	Décret n°88/232 du 05/11/1988
Hassi Bahbah (hammam El Mosrane)	Mosrane	60 H	29/04/2010		Décret exécutif n°10/131 du 29/04/2010
Charef (hammam)	Charef	70 H	29/04/2010		Décret exécutif n°10/131 du 29/04/2010
Messad (Palmeraie)	Messaad	4.5 H	05/11/1988	Aucune étude n'a été établie à ce jour	Décret n°88/232 du 05/11/1988
<b>Total</b>	04	<b>147 Ha</b>			

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 7. ZEST PROPOSEES :

De ce fait d'autre ZEST ont été proposées dans le cadre du présent Schéma (SDAT DJELFA 2030) pour augmenter d'avantage le portefeuille du foncier touristique et permettre aux autorités locale de capter d'avantage d'investissements dans ce secteur stratégique qui s'inscrit dans la politique nationale à long terme.

L'aménagement touristique global des territoires touristiques de la wilaya de Djelfa passe par l'établissement d'un zoning et la création de ZEST au niveau des sites majeurs, Le zoning sera complété par la création d'une offre foncière additionnelle pour la réalisation d'infrastructures-supports de l'activité touristique.

Ce foncier sera prioritairement destiné à la réalisation d'infrastructures hôtelières légères de soutien aux activités touristiques, points d'appui ou de relais pour les

randonnées en « marguerite ou en boucle » à l'intérieur ou à l'extérieur des villages de caractère, choisis en fonction de leurs richesses paysagères et patrimoniales. Dans la typologie des hébergements préconisés figurent les refuges, les auberges, les campings, les gites et meublés.

L'aménagement des territoires touristiques sera également pris en charge par les programmes d'aménagement localisés, destinés à mettre en valeur touristique les sites à haute fréquentation. Ces aménagements portent sur le mobilier, les aires de pique-nique et récréative, le balisage des routes et itinéraires touristiques et la signalétique directionnelle et touristique.

**Tableau n°12: Programme d'aménagement touristique de Djelfa ZEST 2013-2020.**

Communes	ZEST projetées 2013-2020	Superficies	Surfaces aménageable (20%/SG)	Nombre de lit 50lits/Ha
SED RAHAL	EL FEDJ	40 Ha	08 Ha	400 lits
AMOURA	AMOURA	50 Ha	10 Ha	500 lits
DELDOUL	NTHEILA	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
TAADMIT	TAGOURSANE	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
<b>TOTALE 1</b>				<b>2 900 lits</b>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**Tableau n°13 : Programme d'aménagement touristique de Djelfa ZEST 2020-2030.**

Communes	ZEST projetées 2020-2030	Superficies	Surfaces aménageable	Nombre de lit 50lits/Ha
BEN YAGOUB	SEGAYA	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
SIDI BAIZID	CHERCHARA	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
HAD SHARY	R'MAILA	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
AIN FEKKA	CHEIKH EL BAKHTI	100 Ha	20 Ha	1 000 lits
BENHAR	KEF EL KHENEG	20 Ha	04 Ha	200 lits
<b>TOTALE 2</b>				<b>4 200 lits</b>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 7. 1. Précisions sur les propositions de ZEST

L'aménagement et la création de ZEST permet de mieux maîtriser :

- les flux,
- l'injection des équipements
- la mobilité des excursionnistes et les touristes.

Dans ce contexte le projet aura à développer :

- ✓ De promouvoir des installations répondant aux normes d'Eco construction,
- ✓ De favoriser l'énergie solaire,
- ✓ De veiller au recyclage et la réutilisation des eaux,
- ✓ D'engager une démarche environnementale dans les infrastructures,
- ✓ De développer des aires de repos et de récréations à caractère ludique et sportif,
- ✓ De développer des produits à base de tractions non motorisées (Randonnées pédestre, circuit équestre VTT),
- ✓ De créer une signalétique touristique adaptée en développant des itinéraires de randonnées de sports d'endurances.

Ces projets ambitieux en matière environnementale pourraient faire école, et être d'une part une référence en matière de tourisme durable et construire la notoriété de la destination mais également une complémentarité du tourisme et de l'environnement pour les associations les chercheurs et académiciens dans l'avenir.

Les maîtres de l'ouvrage pourraient établir un cahier des charges avec des normes environnementales pointues dans un souci de préservation et de protection de la faune la flore des sites à respecter par tous les promoteurs.

**Tableau° 14: Type d'hébergements de plein air projection prévisionnelle 2013-2020 par site-capacité litière**

Mode hebg	Gîtes (lits)	Camping (lits)	Auberge (lits)	Motel (lits)	Chalet (lits)	Meublé (lits)	Total (lits)
EL FEDJ	60	100	120	x	120	x	400
AMOURA	60	100	70	150	120	x	500
NTHEILA	200	100	200	200	180	120	1000
TAGOURSANE	200	100	200	200	180	120	1000
<b>Total</b>	520	400	590	550	600	240	2900

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**Tableau°15: Type d'hébergements de plein air projection prévisionnelle 2020-2030 par sites- capacité litière**

Mode hebg	Gîtes (lits)	Camping (lits)	Auberge (lits)	Motel (lits)	Chalet (lits)	Meublé (lits)	Total (lits)
BEN YAGOURB	200	100	200	200	180	120	1000
SIDI BAIZID	200	100	200	200	180	120	1000
HAD SHARY	200	100	200	200	180	120	1000
AIN FEKKA	200	100	200	200	180	120	1000
BENHAR	50	50	50	50	x	x	200
<b>Total</b>	850	450	850	850	720	480	4200

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

Cette projection de lits hôteliers à réaliser de 2013 à 2022, sur les sites majeurs de la wilaya, a pour objectif de répondre à une demande potentielle (familles, cadres, jeunes, seniors).

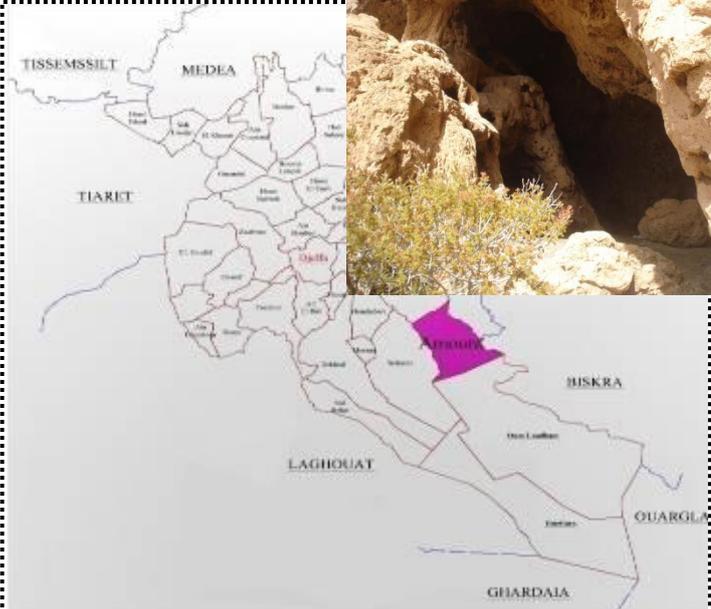
<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 1 : EL FEDJ</b>	
<b>Nom : EL FADJ</b>	<b>Commune : SED RAHAL</b>
<b>Wilaya : Djelfa</b>	<b>Statut foncier : Etatique</b>
<b>Site existant : OUED+KSAR</b>	<b>Site à créer : /</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : 9km a l'Ouest de la ville
	
Accès au site	piste carrossable+piéton Piste
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	Réhabilitation du site naturel et du site archéologique
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Peu visible : éloignement
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	Ressource naturelle +patrimoine culturel
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	
Surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>La surface du site proposé est de <b>40Ha</b></li> </ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.

Orientation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lancement du PAT :<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Il faut encourager les campings,</li><li>❖ Aménagement paysager,</li></ul></li></ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20% de la surface globale</li></ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme de dépaysement,</li><li>• Tourisme de découverte,</li></ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

**SDAT DJELFA 2030 FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES**

**ZEST 2 : AMOURA**

<b>Nom : Amoura</b>	<b>Commune : AMOURA</b>
<b>Wilaya : Djelfa</b>	<b>Statut foncier : Etatique</b>
<b>Site existant :</b> ⇒ <b>CASCADE D'AMOURA</b> ⇒ <b>GRAVURE RUPESTRE+OUED KARMA</b>	<b>Site à créer : /</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
<b>Situation</b>	A l'extérieur de la ville : 2km à l'Est de la ville par une piste impraticable au long d'oued Amoura de 700m
 	 
<b>Accès au site</b>	piste carrossable+piéton Piste
<b>Observation</b>	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
<b>Délimitation</b>	A identifier
<b>Possibilité de développement</b>	❖ un potentiel important en sites naturels, favorable à l'écotourisme ; classement +réhabilitation et mise en valeur+promotion du site
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
<b>Propreté générale du lieu</b>	Sain
<b>Qualité de l'environnement immédiat</b>	Sain
<b>Visibilité du site</b>	Peu visible : éloignement
<b>REMARQUES</b>	
<b>Manques constatés</b>	Aménagement –mise en valeur
<b>Potentialités du site</b>	Ressource naturelle +patrimoine culturel
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	
<b>Surface</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La surface du site proposé est de <b>50Ha</b></li> </ul>

Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement du PAT : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Il faut encourager les campings,</li> <li>❖ Aménagement paysager,</li> </ul> </li> </ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"> <li>20% de la surface globale</li> </ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourisme de dépaysement,</li> <li>Tourisme de découverte,</li> </ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

## SDAT DJELFA 2030

### FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES

#### ZEST 3 : NTHILA

Nom : <b>NTHILA</b>	Commune : <b>DELDOUL</b>
Wilaya : <b>Dielfa</b>	Statut foncier : <b>Etatique</b>
Site existant :	Site à créer : <b>/</b>

#### CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE

Situation	A l'extérieur de la ville : Environ 10km à l'est de Deldoul
-----------	---



Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel</li> <li>• Aire de pique nique</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Peu visible : éloignement
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	
Surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La surface du site proposé est de <b>100Ha</b></li> </ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancement du PAT : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Il faut encourager les campings,</li> <li>❖ Aménagement paysager,</li> </ul> </li> </ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% de la surface globale</li> </ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourisme de dépaysement,</li> <li>• Tourisme de découverte,</li> </ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 4 : TAKOURSANE</b>	
Nom : <b>TAKOURSANE</b>	Commune : <b>TAADMIT</b>
Wilaya : <b>Djelfa</b>	Statut foncier : <b>Etatique</b>
Site existant :	Site à créer : <b>/</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : Au nord de la commune à 20 km
	
Accès au site	piste carrossable (route Djelfa-Taadmit)
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Peu visible : éloignement
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

Surface	<ul style="list-style-type: none"><li>• La surface du site proposé est de <b>100 Ha</b></li></ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lancement du PAT :<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Il faut encourager les campings,</li><li>❖ Aménagement paysager,</li></ul></li></ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20% de la surface globale</li></ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme de découverte,</li><li>• Tourisme solidaire,</li></ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 5 : SEGAYA</b>	
Nom : <b>SEGAYA</b>	Commune : <b>BEN YAGOUB</b>
Wilaya : <b>Djelfa</b>	Statut foncier : <b>Etatique</b>
Site existant :	Site à créer : <b>/</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : 1km au sud de la commune
	
Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Bonne visibilité
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

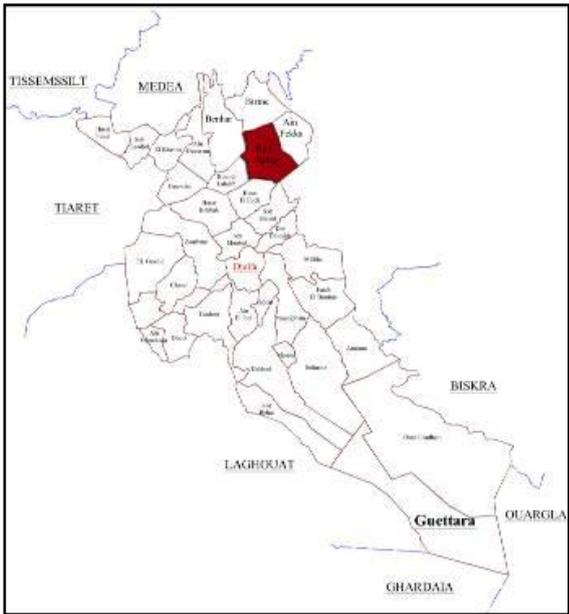
Surface	<ul style="list-style-type: none"><li>• La surface du site proposé est de <b>100 Ha</b></li></ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lancement du PAT :<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Il faut encourager les campings,</li><li>❖ Aménagement paysager,</li></ul></li></ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20% de la surface globale</li></ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme solidaire,</li></ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 6 : GOUBET CHERCHARA</b>	
<b>Nom : CHERCHARA</b>	<b>Commune : SIDI BAIZID</b>
<b>Wilaya : Djelfa</b>	<b>Statut foncier : Etatique</b>
<b>Site existant :</b>	<b>Site à créer : /</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : A 12KM au sud-ouest de la commune sur les
 	
Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Bonne visibilité
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

Surface	<ul style="list-style-type: none"><li>• La surface du site proposé est de <b>100 Ha</b></li></ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lancement du PAT :<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Il faut encourager les campings,</li><li>❖ Aménagement paysager,</li></ul></li></ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20% de la surface globale</li></ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme solidaire,</li></ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 7 : R'MAILA</b>	
Nom : <b>R'MAILA</b>	Commune : <b>HAD SHARY</b>
Wilaya : <b>Djelfa</b>	Statut foncier : <b>Etatique</b>
Site existant :	Site à créer : <b>/</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : A 2.7KM au sud-est de la commune
	
Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Bonne visibilité
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

Surface	<ul style="list-style-type: none"><li>• La surface du site proposé est de <b>100 Ha</b></li></ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lancement du PAT :<ul style="list-style-type: none"><li>❖ Il faut encourager les campings,</li><li>❖ Aménagement paysager,</li></ul></li></ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"><li>• 20% de la surface globale</li></ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tourisme solidaire,</li></ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 8 : LIEU DIT CHEIKH EL BAKHTI</b>	
Nom : <b>LIEU DIT CHEIKH EL BAKHTI</b>	Commune : AIN FEKKA
Wilaya : Djelfa	Statut foncier : Etatique
Site existant :	Site à créer : /
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : Au sud de la commune à 12KM
	
Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Bonne visibilité
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

Surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La surface du site proposé est de <b>100 Ha</b></li> </ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancement du PAT : <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Il faut encourager les campings,</li> <li>❖ Aménagement paysager,</li> </ul> </li> </ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% de la surface globale</li> </ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourisme solidaire,</li> <li>• Ecotourisme,</li> </ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

<b>SDAT DJELFA 2030</b>	
<b>FICHE TECHNIQUE DES ZEST PROPOSEES</b>	
<b>ZEST 9 : KEF EL KHENEG</b>	
<b>Nom : KEF EL KHENEG</b>	<b>Commune : BENHAR</b>
<b>Wilaya : Djelfa</b>	<b>Statut foncier : Etatique</b>
<b>Site existant :</b>	<b>Site à créer : /</b>
<b>CARACTERISTIQUES MATERIELLES DU SITE</b>	
Situation	A l'extérieur de la ville : A 34KM au nord de la commune
Accès au site	piste carrossable
Observation	Nécessite un dossier de création en vue de son classement.
Délimitation	A identifier
Possibilité de développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valorisation du site naturel,</li> <li>• Aire de pique nique,</li> <li>• Ressourcement,</li> </ul>
<b>CARACTERISTIQUES EMOTIONNELLES DU SITE</b>	
Propreté générale du lieu	Sain
Qualité de l'environnement immédiat	Sain
Visibilité du site	Bonne visibilité
<b>REMARQUES</b>	
Manques constatés	Aménagement –mise en valeur
Potentialités du site	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturalité</li> </ul>
<b>ORIENTATION D'AMENAGEMENT</b>	

Surface	<ul style="list-style-type: none"> <li>La surface du site proposé est de <b>20 Ha</b></li> </ul>
Délimitation	Décret n°88-232 du 5 Novembre 1988 portant déclaration des Zones d'Expansion Touristiques.
Orientation	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lancement du PAT :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Il faut encourager les campings,</li> <li>❖ Aménagement paysager,</li> </ul> </li> </ul>
Surface aménageable	<ul style="list-style-type: none"> <li>20% de la surface globale</li> </ul>
Filière	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourisme solidaire,</li> </ul>

Source : Schéma Directeur d'Aménagement Touristique 2030

### III. 8. PARTYPE D'HEBERGEMENT :

Au niveau de la wilaya de Djelfa nous distinguons plusieurs types d'hébergements à savoir : les Hôtels, les auberges de jeunesses, les dortoirs et les auberges touristiques, totalisant une capacité d'accueil évalué à 969 lits toutes structures confondues durant l'année 2011.

Sur le plan qualitatif on n'enregistre que 02 établissements classés situées au niveau du chef lieu de wilaya à savoir :

L'Hôtel NAILI classé 3\* et L'Hôtel EL-EMIR classé 2\*

L'Hôtellerie classées offre une capacité d'accueil évalué à 171 lits touristiques, soit 27,94% du total du parc.

#### III. 8. 1. Hôtels :

Le parc hôtelier de Djelfa dispose de 12 établissements hôteliers marchands, relevant du secteur privé, comptabilisant **283 chambres pour 612 lits**, concentrés uniquement au niveau du chef lieu de wilaya et la ville de Ain Oussera dont deux (02) seulement sont classés.

Ils se présentent comme suit :

**Tableau 16: Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par secteur juridique de 2013 à 2017**

<i>Secteur</i>	2013	2014	2015	2016	2017
	<i>Nombre d'hôtels et établissements assimilés</i>				
<i>Public</i>	65	65	65	65	65
<i>Collectivités</i>	47	54	54	54	54
<i>Privé</i>	1 067	1 059	1 069	1 104	1 167
<i>Mixte</i>	7	7	7	8	8
<b>Total</b>	<b>1 176</b>	<b>1 185</b>	<b>1 195</b>	<b>1 231</b>	<b>1 289</b>
<i>Secteur</i>	<i>Nombre de place de lits</i>				
<i>Public</i>	18 613	18 613	18 613	18 613	18 613
<i>Collectivités</i>	2 006	3 134	3 134	3 134	3 134
<i>Privé</i>	74 313	74 744	77 383	82 301	87 145
<i>Mixte</i>	3 872	3 114	3 114	3 372	3 372
<b>Total</b>	<b>98 804</b>	<b>99 605</b>	<b>102 244</b>	<b>107 420</b>	<b>112 264</b>

Source: Ministère de Tourisme et de l'Artisanat.

**Tableau 17: Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par vocation de 2015 à 2017**

<i>Vocation</i>	2015		2016		2017	
	<i>Nbre d'hôtels &amp; établissements assimilés</i>	<i>Nbre de place de lits</i>	<i>Nbre d'hôtels &amp; établissements assimilés</i>	<i>Nbre de place de lits</i>	<i>Nbre d'hôtels &amp; établissements assimilés</i>	<i>Nbre de place de lits</i>
<i>Urbaine</i>	870	62 47 9	903	66 155	949	69 861
<i>Balnéaire</i>	230	30 38 0	231	30 500	239	31 326

Saharien		3				
		63		4		
ne	55	6	56	780	59	4 928
		38		4		
Thermale	21	66	22	102	23	4 266
		1				
Climatique		88		1		
	19	3	19	883	19	1 883
<b>Total</b>	<b>1 195</b>	<b>10</b>	<b>1 231</b>		<b>1 289</b>	
		<b>2</b>				
		<b>24</b>		<b>107</b>		
		<b>4</b>		<b>420</b>		<b>112 264</b>

Source: Ministère de Tourisme et de l'Artisanat.

**Tableau 18: Répartition des nuitées hôtelières par catégorie et par wilaya -  
Année 2014**

Wilaya /	5 étoiles	4 étoiles	3 étoiles	2 étoiles	1 étoile	Non classé	Total
----------	-----------	-----------	-----------	-----------	----------	------------	-------

<i>Dielfa</i>	0	0	18 835	177	4	71 696	<b>90 712</b>
---------------	---	---	--------	-----	---	--------	---------------

**2015**

<i>Dielfa</i>	0	0	8 575	30 601	0	52 209	<b>91 385</b>
---------------	---	---	-------	--------	---	--------	---------------

Source: Ministère de Tourisme et de l'Artisanat.

**2016**

<i>Dielfa</i>	0	0	7 519	27 831	0	52 788	<b>88 138</b>
---------------	---	---	-------	--------	---	--------	---------------

Source: Ministère de Tourisme et de l'Artisanat

**Tableau° 19: Répartition des arrivées hôtelières par catégorie et par wilaya -  
Année 2014 .**

<i>Wilaya /</i>	<i>5 étoiles</i>	<i>4 étoiles</i>	<i>3 étoiles</i>	<i>2 étoiles</i>	<i>1 étoile</i>	<i>Non classé</i>	<i>Total</i>
<i>Djelfa</i>	0	0	14 131	85	1	46 148	<b>60 365</b>
<b>2015</b>							
<i>Djelfa</i>	0	0	6 793	18 117	0	35. 948	<b>60 858</b>
<b>2016</b>							
<i>Djelfa</i>	0	0	4 445	16 721	0	36 557	<b>57 723</b>

*Source: Ministère de Tourisme et de l'Artisanat*

**Tableau° 20: L'ETAT ACTUEL DU PARC HOTELIER DE LA WILAYA DE  
Djelfa 2014**

Désignation	Hôtel	Lieu	Catégorie	Capacité		Statut
				chambres	Lits	
Hôtels classés	NAILI	DJELFA	3*	32	66	Privée
	EL EMIR		2*	50	105	
	<b>Total</b>	<b>01</b>	<b>02</b>	<b>82</b>	<b>171</b>	
Hôtels Non Classés	DAR ZAKI	DJELFA	Non classé	20	60	Privée
	ANIS			14	36	
	SARA			14	27	
	MEHDI			11	29	
	SAADA			22	66	
	WIAM			14	30	
	ESSALAM			12	24	
	SIDI NAIL			40	71	
	EL MADINA	18		26		
	CENTRAL	AIN OUESSARA		36	72	
<b>Total</b>		<b>/</b>	<b>10</b>	<b>201</b>	<b>441</b>	
<b>Total général</b>		<b>/</b>	<b>12</b>	<b>283</b>	<b>612</b>	

**Source** : DT annuaire statistique

En plus de cette offre touristique, il y a lieu de rajouter une auberge touristique dans la localité de Zaccar qui offre 30 lits touristiques. Son exploitation s'effectue occasionnellement.

*Quelques exemples d'hôtels classés*

HOTEL EL EMIR



HOTEL NAILI DJELFA



### III. 8. 2. Auberge:

Désignation	Localité	NBR de Lits	Statut
Auberge Touristique	Zaccar	30 lits	Communal

Sources : DT annuaire statistique

#### III. 8. 2. 1. Autre Type d'hébergement :

**Tableau° 21 : REPARTITION DE LA CAPACITE D'ACCUEIL PAR DORTOIR2014**

Désignation	Dortoir	Localité	Capacité		Statut
			Chambres	Lits	
EL RYADH			18	36	
BEN HADJ	Dortoir	Djelfa	15	40	
EN-NASSR			16	27	
EL ATLAS	Relai Routier	AIN MAABED	12	29	Privée
FRERES FETHI ET SALIM	+ Dortoir Dortoir	AIN OUESSARA	24	45	
Total	05	03	85	177	

Sources : DT annuaire statistique

Le territoire de la wilaya de Djelfa comptabilise 05 dortoirs marchands privés totalisant une capacité d'accueil évalué à 85 chambres pour 177 lits, répartis à travers 03 communes à savoir : Djelfa, Ain maabed, et Ain Ouessara.

Cette formule d'hébergement est très sollicitée par les touristes, car elle répond aux besoins d'une large clientèle de jeunes, jeunes étudiants et des couches sociales à revenus modestes.

### III. 8. 2.2. LES AUBERGES DE JEUNESSES:

**Tableau° 22 : REPARTITION DE LA CAPACITE D'ACCUEIL PAR AUBERGE ANNEE**

Désignation	Localité	NBR de Lits	Statut
Auberge de DAOUD Mohamed	DJELFA	50	DJS
Auberge	MESSAAD	50	
Auberge RAHMANI	AIN OUESSARA	50	
Total	03 communes	150	

Sources : DT annuaire statistique

Les auberges de jeunes sont au nombre de 03 auberges de jeunesse, répartis sur 03 communes à savoir : DJELFA, MESSAAD et AIN OUESSARA comptabilisant une capacité d'accueil évaluée à 150 lits, Soit 50 lits par auberges.

### III. 8. 3. Habiter chez l'habitant :

Aucune statistique n'est recensée par la direction du tourisme et de l'artisanat quant à l'hébergement chez l'habitant. D'une manière générale, l'hébergement chez l'habitant est mal connu quoique la préférence des visiteurs va vers l'hébergement hôtelier.

## **Conclusion**

On peut déduire qu'il ya absence d'activités aéronautiques, absence (rupture) de transport ferroviaire, une fois achevé, peut jouer un rôle important pour le développement touristique de la wilaya. Plusieurs de sites touristiques ne sont pas desservis. La wilaya de Djelfa peut être classée comme carrefour d'échange et de transit entre le Nord et le Sud d'une part et l'Est et l'Ouest du pays d'autre part. La section autoroutière, une fois ouverte, peut mieux motiver les touristes à venir. (rocade des hauts plateaux, pénétrante de Boughezoul...)

Le réseau de chemins communaux est à même de promouvoir de nouveaux territoires touristiques (Zaccar, Ain el Ibel, Moudjebara).

Beaucoup de sites touristiques ne sont pas desservis et parfois par des pistes impraticables.

## **I. OFFRES TOURISTIQUES DE LA WILAYA**

### **I. 1. Propositions :**

#### **Introduction**

La région n'est pas une destination touristique majeure, néanmoins son rôle et son range touristique est encore marginal et il peut faire corps avec son potentiel et sa capacité de tous, car Le tourisme est Un enjeux économique, en ce qui concerne les richesses et potentialités de la wilaya envers les besoins des habitants d'une forme de tourisme local, le secteur touristique est un des piliers de l'économie, soit en devises termes, de valeur ajoutée ou d'emplois. Il implique de nombreuses branches d'activité économique et induit par son développement des changements culturels, économiques, politique et sociale, Une véritable stratégie du secteur de grand nécessite.

La wilaya de Djelfa ambitionne la mise en tourisme de son territoire selon un agenda bien tracé à travers trois échéances : le court terme 2015, le moyen terme 2020 et le long terme 2030.

#### **I. 1. 1. Le scénario d'équilibre s'articule autour de trois pôles touristiques structurants :**

- Pôle structurant de Djelfa(Affaire et Eco-tourisme) ;
- Pôle structurant de Messaad (culturel) ;
- Pôle structurant de Ain Ouessara (naturel et affaire).

#### **Et de quatre pôles touristiques secondaires :**

- Pôle Secondaire de Charef , Hassi Bahbah et Guettara(Thermal) ;
- Pôle Secondaire de Amoura (Culturel).

## **II. 1. 2. Les objectives de DJELFA :**

1. augmenter les flux des visites des sites Touristiques
2. attirer un flux touristique étranger
3. sécuriser les revenus et l'emploi existant
4. assurer un flux d'arrivées des touristes
5. rentabiliser les investissements en cours de réalisation et devant entrer en exploitation en 2015
6. contribuer au développement de l'emploi
7. améliorer la qualité de la prestation en hébergement, restauration et consommation
8. produits touristiques.
9. Plan marketing
10. .Plan de promotion et de communication
11. Mise en valeur des sites naturels
12. Protection et mise en valeur du patrimoine culturel
- 13. Politique événementielle**

## **II. 1. 3. VALORISER LA DESTINATION**

De nombreux retards sont à observer en termes de marketing, de communication et de promotion

- L'axe suivant vise donc à anticiper sur le développement touristique de la wilaya de Djelfa en lui offrant les outils et les moyens de se projeter dans son avenir touristique et notamment par :
  - La mise en œuvre d'un plan marketing.
  - L'élaboration d'un plan de communication
- Les fiches suivantes préconisent la mise en œuvre d'actions visant à atteindre ces objectifs.

Les offres de la destination de la wilaya de Djelfa étant peu visibles sur les

marchés de proximité, il s'agira dans une première phase d'engager :

- Des actions promotionnelles ciblées sur les marchés suivant :
  - Interne :
    - ✓ Locale (Djelfaoui) ;
    - ✓ Régionaux ;
    - ✓ Nationaux.
  
  - Externe :
    - ✓ Traditionnelle à fidéliser (euro méditerranéenne en particulier le marché français, italien et espagnol).
    - ✓ Les algériens résidents à l'étranger ;
    - ✓ Le marché africain ;
    - ✓ Potentielle mais d'avenir (Amérique du Nord, japonais et arabe) à long terme.
  
- Des actions de commercialisation, utilisant des outils modernes (internet, ...) ;
- Le développement d'un plan marketing.

1. Il s'agit, à travers ces actions, de remédier au manque de cohérence dans le message, dans le contenu et dans les outils utilisés. Il est très rarement fait appel à des spécialistes de l'image de destinations et de produits en tourisme. Les actions des agences de voyages et des hôteliers sont limitées, celles de l'ONT étant absentes, voire inexistantes pour ce qui est de la wilaya de Djelfa. *Les images projetées sont celles d'un grand marché ovin*, Le positionnement collectif sous une même signature de destination est inexistant. Les compétences dans ce domaine sont rares. Les agences de marketing, de communication, de mesures et d'analyses, ainsi que les budgets de promotion et de communication ne correspondent à aucune réalité quand ils existent. Cette situation en matière de communication, de promotion et de marketing, a

des effets directs sur la perception du marché et sur sa relation avec la destination.

Le diagnostic a clairement démontré l'incapacité des opérateurs touristiques locaux (publics et privés) à construire une image de destination.

Cette situation ne peut être dépassée que par une approche méthodique, assumée par l'ensemble des acteurs touristiques locaux, assistés par des professionnels de l'image, de la promotion et de la communication (plan marketing, plan media bâti sur des données et des analyses fiables, plan de promotion efficace et par des indicateurs de mesure et d'évaluation. L'approche, pour se faire Il faut mobiliser des moyens financiers à la hauteur du défi.

Dans le contexte actuel de pénurie de moyens financiers, affectés à la communication, la promotion, et les études de marketing de la destination, les actions perdent de leur efficacité. Dans le cas de Djelfa, une véritable alliance entre acteurs locaux est nécessaire pour créer l'indispensable signature. La DTA, assistée par des spécialistes, aura à jouer le rôle primordial en matière d'image de la destination et de perception de son offre, par les marchés. Il importe d'intégrer définitivement l'idée que nous ne pouvons plus continuer à engager des actions de promotion ou de communication et à rechercher un positionnement favorable de la destination sans donner toute son importance au marketing des territoires, autrement dit quelle image voulons-nous projeter pour la wilaya de Djelfa ? Cette action de positionnement et de signature à un prix.

La mise en marché de la destination a, en effet, besoin de financement. Or dans ce contexte rien n'est prévu pour ces actions de promotion et de communication en faveur des territoires touristiques et des régions dans les budgets des directions de Wilaya.

L'ONT en tant qu'opérateur chargé de la communication et de la promotion

des destinations se doit de revoir sa stratégie et recentrer son action promotionnelle sur les destinations à promouvoir en direction du marché intérieur (objectif fondamental du dernier SITEV organisé au mois de Mai 2013 à SAFEX Pins Maritimes).

La promotion « des salons » orientée quasi-exclusivement vers les marchés extérieurs est un échec consommé.

L'inscription d'une opération de conception d'un plan marketing pluriannuel pour une destination nationale ou locale est assimilable à une opération d'investissement, au même titre que la réalisation d'un aménagement ou d'un équipement.

Devant l'importance que le tourisme interne est appelé à prendre de l'ampleur dans notre pays, il est impératif de revoir nos stratégies de promotion et de communication et de prioriser la consolidation des destinations locales en les accompagnants dans leur positionnement vis-à-vis des marchés et en les confortant en tant que destination de l'avenir.

Cette approche ne peut se concrétiser sans des budgets conséquents, sans pilotage efficace des actions, sans professionnalisme des intervenants locaux, et sans la réorientation de l'ONT vers un marketing offensif des destinations, des territoires et des pôles d'excellence.

<b>ACTION N° 1</b>	<b>PLAN MARKETING</b>
--------------------	-----------------------

<p style="text-align: center;"><b>DÉMARCHES ET OBJECTIFS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Développer le tourisme durable en fonction des axes définis dans le schéma (mettre en valeur la nature et la culture autour de pôles touristiques structurants, renforcer l'attractivité globale du territoire, développer la part des séjours des clientèles nationales et internationales, développer la fréquentation toute l'année en s'appuyant sur les clientèles locales, nationales et étrangères, accroître le potentiel touristique et identitaire).</li> <li>● Faire de Djelfa une destination touristique reconnue et identifiée par une stratégie de différenciation, mobiliser les partenaires et prestataires publics et privés pour des collaborations sur des marchés définis.</li> <li>● Permettre aux responsables des OLT et ATV d'acquérir des méthodes et outils marketing afin d'orienter les choix stratégiques : acquérir des méthodes d'analyse et des méthodes opérationnelles (études d'image, de la demande, de la concurrence...).             <ul style="list-style-type: none"> <li>● Un plan marketing doit en amont se fixer des objectifs de différents ordres :                 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quantitatif</li> <li>2. qualitatif/rentabilité</li> <li>3. et/ou enfin la notoriété de la destination.</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul> <p>afin d'asseoir la notoriété de la wilaya, fixer des niveaux qualitatifs et cibler prioritairement les clientèles à haut revenu (VIP) sont nécessaires pour marketer la destination</p> <p>Clientèles (VIP) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ambassadeurs ;</li> <li>2. Attachés culturels des ambassades ;</li> <li>3. Hommes d'affaires ;</li> <li>4. La presse ;</li> <li>5. Les patrons de grandes boites de communication ;</li> <li>6. Artistes ;</li> <li>7. Les tours opérateurs étrangers :</li> </ol>	
<p style="text-align: center;"><b>Echéance</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Court terme 2013-2015</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Moyen et long terme 2015-2030</b></p>
<p style="text-align: center;"><b>PUBLICS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Locaux</li> <li>● nationaux</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Algériens résidents à l'étranger</li> <li>-étrangers</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>SITES CONCERNES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ensemble du territoire</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>MOYENS HUMAINS ET TECHNIQUES</b></p>		
<p style="text-align: center;"><b>MAITRISE D'OUVRAGE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● DTA DJELFA –promotion de la destination</li> <li>● Les professionnels du métier touristique –promotion des produits touristiques</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>MAITRISE D'OEUVRE</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Bureau d'Ingénierie touristique spécialisé en marketing</li> </ul>	
<p style="text-align: center;"><b>PARTENAIRES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Opérateurs publics et privés.</li> <li>◆ Associations de tourisme local</li> <li>◆ ATV, OLT, hôteliers, transporteurs, commerçants, guides touristiques, la population locale...</li> </ul>	

<b>ACTION N° 2</b>		<b>PLAN DE PROMOTION ET DE COMMUNICATION</b>																						
<b>DÉMARCHES ET OBJECTIFS</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. LA PROMOTION CONCERNE /               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ LA DESTINATION</li> <li>○ LES PRODUITS</li> <li>○ LE FONCIER TOURISTIQUE /INVESTISSEMENTS /TYPOLOGIES</li> </ul> </li> <li>2. Construire l'image de la destination de Djelfa autour de valeurs, des patrimoines et de la nature en se basant sur les marqueurs identitaires demeure le socle de construction de l'image de la destination.</li> <li>3. <u>Valeurs</u>: l'hospitalité de convivialité de partage et de solidarité.</li> <li>4. <u>Patrimoines immatériel et matériel</u> : sites patrimoniaux, villages de caractères, art culinaire, arts populaires "fêtes et waadates".</li> <li>5. <u>Nature et environnement</u> : sites paysages forêts faune flore.</li> <li>6. <u>Qualité des services et des prestations</u> : hébergement, restauration, transport, accessibilité, information, et autres animations.</li> <li>7. <u>Thématiques des produits</u> : sports, culture savoirs gastronomie, activités récréatives.</li> </ol>																							
<b>LE</b>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 33%;">Média</th> <th style="width: 33%;">Marchés</th> <th style="width: 34%;">Avantages</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Presse quotidienne</b></td> <td>-Clientèle locale</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ souplesse d'emploi</li> <li>▪ information directe</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td> <b>Radio :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• locale</li> <li>• nationale</li> </ul> </td> <td>-Clientèle locale</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ répétition importante</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td> <b>Télévision :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ENTV</li> <li>• A3</li> <li>• Echourouk TV</li> <li>• Ennahar TV</li> </ul> </td> <td>           - Algériens non résidents            -Etrangers         </td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ excellente communication</li> <li>▪ puissance de pénétration</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Affichage extérieur</b></td> <td>-Clientèle locale</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bonne visualisation</li> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ répétition importante</li> <li>▪ souplesse d'emploi sur le plan géographique</li> <li>▪ coût au contact faible</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Magazine</b></td> <td>-Clientèle locale Algériens non résidents -Etrangers</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ permanence du message (reprise en mains)</li> <li>▪ ambiance valorisant le produit</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><b>Sites Internet</b></td> <td>-Clientèle locale Algériens non résidents</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ excellente communication</li> </ul> </td> </tr> </tbody> </table>			Média	Marchés	Avantages	<b>Presse quotidienne</b>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ souplesse d'emploi</li> <li>▪ information directe</li> </ul>	<b>Radio :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• locale</li> <li>• nationale</li> </ul>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ répétition importante</li> </ul>	<b>Télévision :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ENTV</li> <li>• A3</li> <li>• Echourouk TV</li> <li>• Ennahar TV</li> </ul>	- Algériens non résidents -Etrangers	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ excellente communication</li> <li>▪ puissance de pénétration</li> </ul>	<b>Affichage extérieur</b>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bonne visualisation</li> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ répétition importante</li> <li>▪ souplesse d'emploi sur le plan géographique</li> <li>▪ coût au contact faible</li> </ul>	<b>Magazine</b>	-Clientèle locale Algériens non résidents -Etrangers	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ permanence du message (reprise en mains)</li> <li>▪ ambiance valorisant le produit</li> </ul>	<b>Sites Internet</b>	-Clientèle locale Algériens non résidents	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ excellente communication</li> </ul>
Média	Marchés	Avantages																						
<b>Presse quotidienne</b>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ souplesse d'emploi</li> <li>▪ information directe</li> </ul>																						
<b>Radio :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• locale</li> <li>• nationale</li> </ul>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ répétition importante</li> </ul>																						
<b>Télévision :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ENTV</li> <li>• A3</li> <li>• Echourouk TV</li> <li>• Ennahar TV</li> </ul>	- Algériens non résidents -Etrangers	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ excellente communication</li> <li>▪ puissance de pénétration</li> </ul>																						
<b>Affichage extérieur</b>	-Clientèle locale	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bonne visualisation</li> <li>▪ couverture élevée</li> <li>▪ répétition importante</li> <li>▪ souplesse d'emploi sur le plan géographique</li> <li>▪ coût au contact faible</li> </ul>																						
<b>Magazine</b>	-Clientèle locale Algériens non résidents -Etrangers	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ permanence du message (reprise en mains)</li> <li>▪ ambiance valorisant le produit</li> </ul>																						
<b>Sites Internet</b>	-Clientèle locale Algériens non résidents	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ souplesse d'utilisation</li> <li>▪ excellente communication</li> </ul>																						
<b>Echéance</b>		<b>Court terme 2013-2015</b>																						

<b>SITES CONCERNES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ensemble du territoire</li> </ul>
<b>PUBLICS CIBLES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Nationaux</li> <li>● Touristes étrangers</li> </ul>
<b>MOYENS HUMAINS ET TECHNIQUES</b>	
<b>MAITRISE D'OUVRAGE</b>	<p>→ DTA DJELFA</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Contrôle et suivi des hôtels et agences conformément à la réglementation Promotion pour l'investissement</li> <li>2. Accompagnement des porteurs de projet (vérification selon un cahier des charges puis envoi au Ministère pour accord).</li> </ol>
<b>MAITRISE D'OEUVRE</b>	Agences de communication et éventuellement en groupement avec un Cabinet d'Ingénierie touristique spécialisé.
<b>PARTENAIRES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Opérateurs publics et privés (OLT, TVA, ONT...)</li> <li>■ <b>Des espaces de communication</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>Le centre d'orientation et de communication touristique</b> aura pour mission : l'observation et la veille stratégique il remplit cinq fonctions : <ul style="list-style-type: none"> <li>● Accueil,</li> <li>● Information,</li> <li>● Espaces - boutiques,</li> <li>● Expositions,</li> <li>● Espace –images</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p style="background-color: #ffffcc;">Il faut signaler qu'un centre d'orientation et de communication touristique existe à DJELFA (en cours d'achèvement).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Centre d'Information Touristique au niveau de chaque pôle</li> <li>○ OLT DE POLE dont le rôle principal est : <ul style="list-style-type: none"> <li>● Promotion</li> <li>● Information</li> <li>● Animation</li> </ul> </li> </ul>

- □ d'un système statistique lui permettant d'appréhender l'activité en termes de flux quantitatif et qualitatifs, (bases de données statistiques et SIG touristique de la wilaya),
- □ données récentes et relatives aux chiffres d'affaires générés par l'activité touristique (population vivant du tourisme, revenu des sites touristiques),

- □ des instruments, directs ou indirects, qui lui permettraient de connaître le profil de la demande (sondages, enquêtes touristes, étude de marché touristique etc...).

**LISTE DES FIGURES:**

<b>Figure:01</b>	<b>Recettes du tourisme international ( exportations ) de 2000 à 2019 et scénarios possibles en 2020</b>	<b>P4</b>
<b>Figure:02</b>	<b>Le nombre d'emplois touristiques a connu une progression de 11,7% entre 2009 et 2014 (evolution par secteurs d'activité )</b>	<b>P4</b>
<b>Figure:03</b>	<b>Les activités de l'artisanat selon la nomenclature officielle Plan stratégique 2020</b>	<b>P7</b>
<b>Figure:04</b>	<b>Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, (SDAT à l'horizon 2025)</b>	<b>P23</b>
<b>Figure:05</b>	<b>Pluviométrie mensuelle entre (2005-2015)</b>	<b>P37</b>
<b>Figure:06</b>	<b>Température mensuelle entre (2005-2015)</b>	<b>P38</b>
<b>Figure:07</b>	<b>la vitesse de vent entre (2005-2015)</b>	<b>P39</b>
<b>Figure:08</b>	<b>Diagramme Ombrothermique de Bagnouls et Gausсен</b>	<b>P40</b>
<b>Figure:09</b>	<b>Plan quinquennal 2010-2014</b>	<b>P54</b>
<b>Carte.N°01</b>	<b>Situation de la zone d'étude</b>	<b>P28</b>
<b>Carte.N°02</b>	<b>pentés de la zone de Djelfa</b>	<b>P34</b>
<b>Carte.N°03</b>	<b>Le réseau routier de la wilaya est d'une consistance de 2399.1 Km, se présente comme suit</b>	<b>P52</b>

**LISTE DES TABLEAUX :**

Tableau n°1	Les principales nappes à la région de Djelfa	<u>35</u>
Tableau n°2	Les variations mensuelles des pluviométries entre (2005-2015)	<u>37</u>
Tableau n°3	Les variations des températures mensuelles entre (2005-2015)	<u>38</u>
Tableau n°4	Les variations mensuelles de la vitesse de vent entre (2005-2015)	<u>39</u>
Tableau n°5	:Le parc offert au public (Autocar - Autobus- Minicar - Minibus) est de 2903 unités représentant 32.236 sièges, ce qui est relativement acceptable.	<u>48</u>
Tableau n°6	Détail des lignes inter-wilayas concernant Djelfa (Djelfa vers ...)	<u>48</u>
Tableau n°7	Détail des lignes inter-wilayas de passage par Djelfa	<u>49</u>
Tableau n°8	Détail des lignes inter-wilayas concernant Ain oussera:( A/oussera vers ...)	<u>49</u>
Tableau n°9	Répartition des lignes et des véhicules de transports par commune	<u>49</u>
Tableau n°10	Etablissement public du transport urbain de la ville de Djelfa	<u>50</u>
Tableau n°11	Répartition des lignes et des véhicules de transports par commune	<u>50</u>
Tableau n°12	Programme d'aménagement touristique de Djelfa ZEST 2013-2020	<u>56</u>
Tableau n°13	Programme d'aménagement touristique de Djelfa ZEST 2020-2030	<u>56</u>
Tableau n°14	Type d'hébergements de plein air projection prévisionnelle 2013-2020 par site- <i>capacité litière</i>	<u>58</u>
Tableau n°15	Type d'hébergements de plein air projection prévisionnelle 2020-2030 par sites- <i>capacité litière</i>	<u>58</u>
Tableau n°16	Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par secteur juridique de 2013 à 2017	<u>76</u>
Tableau n°17	Répartition de la capacité des hôtels et établissements assimilés par vocation de 2015à 2017	<u>76-77</u>

<b>Tableau n°18</b>	<b>Répartition des nuitées hôtelières par catégorie et par wilaya - Année 2014</b>	<b><u>77</u></b>
<b>Tableau n°19</b>	<b>Répartition des arrivées hôtelières par catégorie et par wilaya - Année 2014 .</b>	<b><u>78</u></b>
<b>Tableau n°20</b>	<b>L'ETAT ACTUEL DU PARC HOTELIER DE LA WILAYA DE Djelfa 2014</b>	<b><u>78</u></b>
<b>Tableau n°21</b>	<b>REPARTITION DE LA CAPACITE D'ACCUEIL PAR DORTOIR2014</b>	<b><u>81</u></b>
<b>Tableau n°21</b>	<b>REPARTITION DE LA CAPACITE D'ACCUEIL PAR AUBERGE ANNEE</b>	<b><u>82</u></b>

# **Introduction générale**

**Chapitre I :**  
**Etude théorique**

**Chapitre II:**  
**Diagnostic du**  
**secteur dans la zone**  
**d'étude**

# Conclusion

# **Références bibliographique**

# Remerciement

# **Dédicace**

# **Liste des tableaux et des figures**

**Chapitre III:  
Problème et  
entraves au  
développement du  
secteur (même privé  
comme les agences  
de voyage)**



## BIBLIOGRAPHIE

1	<b>Office National des Statistiques</b>
2	<b>Ministère de Tourisme et de l'Artisanat.</b>
3	<b>Schéma Directeur d'Aménagement Touristique, (SDAT à l'horizon 2030)</b>
4	<b>Direction du Tourisme de Djelfa</b>
5	<b>organisation mondiale du tourisme</b>
6	<b>Schéma national d'aménagement du territoire SNAT 2030</b>
7	<b>Schéma regional d'aménagement du territoire SRAT</b>
8	<b>La collaboration très étroite des chefs de Daira et des présidents des A P C.</b>
9	<b>La participation des associations culturelles et touristiques.</b>
10	<b>PDAU des différentes communes</b>
11	<b>Etude établi par L'E.N.E.T 2002</b>

### Liste de sites Web :

<http://matta.gov.dz/index.php/fr/2015-07-11-12-50-15/developpement-de-l-artisanat>

<https://journals.openedition.org/lectures/23170?lang=es>